

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL
Departamento de Trabajo Social y Servicios Sociales



TESIS DOCTORAL

#Violencias de género en twitter: análisis desde el trabajo social

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Patricia Fernández Montaña

Directora

Ana Isabel Corchado Castillo

Madrid, 2018

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL



Departamento de Trabajo Social y Servicios Sociales

#VIOLENCIAS DE GÉNERO EN TWITTER: ANÁLISIS DESDE EL TRABAJO SOCIAL

MEMORIA PRESENTADA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA POR

Patricia Fernández Montaña

Dirigida por

Ana Isabel Corchado Castillo

Madrid, 2017



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL

Departamento de Trabajo Social y Servicios Sociales

#VIOLENCIAS DE GÉNERO EN TWITTER: ANÁLISIS DESDE EL TRABAJO SOCIAL

Tesis doctoral

Autora: Patricia Fernández Montaña

Directora: Ana Isabel Corchado Castillo

Madrid, 2017

Agradecimientos

A mis padres, hermano y demás familia. Por estar cerca o lejos, pero siempre.

A Enzo y Hugo, por haberme empujado con sus miradas amorosas en la recta final de este trabajo.

A Víctor, por apoyarme y acompañarme con paciencia en este proceso y en muchos otros.

A las/os amigas/os y compañeras/os que hoy se alegran de que haya podido terminar mi famosa tesis.

A todas/os las/os profesoras/es que supieron verme entre la multitud y de las/os que aprendí todo lo que hoy soy en mi profesión. En especial a Eduardo, que no es precisamente fan del protagonismo, pero hoy no le queda otra que recibir estas líneas de sincero agradecimiento por tantos años de confianza, empuje, amistad y humos. También a Inma, David y Vicenta, porque todavía hoy les sigo dando guerra y aun así me ayudan en todo lo que pueden.

A mis queridas supremas. Por las risas. Por el apoyo. Por las horas que les haya podido costar.

A Bea, por clavarme la espinita de la investigación en materia de género. Por acompañarme muy de cerca y apoyarme, manteniéndose siempre honesta, constructiva y tremendamente motivadora.

A Mariluz. Porque, como su nombre indica, ha sido ella quien ha iluminado mi trabajo, y quien, de manera desinteresada y amable, ha colaborado en facilitarme enormemente la tarea de investigación en Twitter.

A todas aquellas personas que me han regalado una parte de su tiempo con la mejor de las intenciones, y que han colaborado en la construcción de estas tesis, en especial a Igor, Araceli y Andoni.

A Ana, porque aunque el día que la conocí dudé que fuera a encajar con ella - parecía muy seria- debo reconocer la gran suerte que he tenido por haberla encontrado en mi camino. Es una mujer con las ideas claras que ha sabido guiarme a la perfección y que desde el minuto uno creyó en mí y en mi idea, consiguiendo que confíe aún más en lo que hago.

Y por supuesto, a todas aquellas/os mujeres y hombres que lucharon y luchan todavía hoy por la igualdad de género.

Índice de contenidos

| | |
|---|--------|
| Resumen en español | 14 |
| Abstract | 16 |
| Introducción | 18 |
| Capítulo I: Sexismo, violencias de género y Trabajo Social feminista | 23 |
| A. La construcción del género: el patriarcado | 23 |
| B. Feminismo y Trabajo Social feminista | 29 |
| B.1. Aproximación a la historia del feminismo | 29 |
| B.2. Evolución del Trabajo Social feminista. | 39 |
| C. Sexismo y violencias de género | 43 |
| C.1. Sexismo y neosexismo | 43 |
| C.2. La estrecha relación entre sexismo y violencias de género | 50 |
| C.3. Violencia simbólica y violencias de género | 52 |
| C.4. Micromachismos como expresión de violencia simbólica | 62 |
| D. El papel del Trabajo Social ante el sexismo y la desigualdad de género: hacia la redefinición del Trabajo Social feminista | 68 |
| Capítulo II. Redes Sociales y Twitter | 74 |
| A. Internet, redes sociales, y auto-comunicación de masas | 74 |

| | |
|--|----|
| B. Aproximación a las redes sociales | 78 |
| C. Teoría de redes sociales | 82 |
| D. Redes sociales más utilizadas en España | 88 |
| E. Historia y evolución de Twitter | 91 |

Capítulo III. Sexismo y violencias de género en redes sociales: Antecedentes de

| | |
|--|------------|
| la cuestión | 101 |
| A. Estudios previos nacionales | 110 |
| B. Estudios previos internacionales | 114 |
| C. Análisis de los antecedentes de la cuestión | 121 |

Capítulo IV. Investigación

| | |
|--|-----|
| I. Introducción | 128 |
| II. Objetivos e hipótesis | 130 |
| III. Metodología | 132 |
| A. Netnografía como método de investigación | 132 |
| B. <i>Corpus-assisted Discourse Analysis</i> (CoCoA) | 135 |
| B.1. <i>Corpus Linguistics</i> (CL) | 136 |
| B.2. <i>Discourse Analysis</i> (DA) | 137 |
| C. Diseño | 139 |
| C.1. Estudio 1: palabras clave | 143 |

| | |
|---|------------|
| C.2. Estudio 2: estudio de caso | 145 |
| D. Procedimiento | 148 |
| D.1. Categorías | 155 |
| D.2. Muestra | 159 |
| D.3. Prueba de validación inter-jueces | 160 |
| Capítulo V. Resultados | 163 |
| A. Estudio 1: palabras clave | 163 |
| A.1. Grupo de palabras I | 164 |
| A.2. Grupo de palabras II | 174 |
| B. Estudio 2: estudio de caso | 177 |
| B.1. Usuarios/os | 178 |
| B.2. Descripción temática | 179 |
| B.3. Mapa de posicionamientos violentos | 183 |
| B.3.1. Posicionamiento hostil | 183 |
| B.3.2. Posicionamiento benevolente | 186 |
| B.3.3. Posicionamiento micromachista | 188 |
| B.3.4. Posicionamiento neosexista | 190 |
| C. Resumen de resultados dataset total (dataset 1+ dataset 2) | 193 |

| | |
|--|-----|
| Capítulo VI. Discusión | 202 |
| A. Violencias de género en Twitter | 202 |
| A.1. ¿El ocaso del sexismo hostil contra las mujeres?: no en Twitter | 203 |
| A.2. Princesas y cuentos: el fantasma del sexismo benevolente | 206 |
| A.3. Micromachismos o cómo normalizar la violencia contra las mujeres a través del humor | 208 |
| A.4. Hacia la cuarta ola (anti)feminista: neosexismo y feminazis | 210 |
| Capítulo VII. Conclusiones | 215 |
| Capítulo VIII. Aportaciones, líneas futuras y limitaciones | 219 |
| A. Aportaciones al Trabajo Social | 219 |
| B. Líneas futuras de investigación | 222 |
| C. Limitaciones | 225 |
| Referencias | 228 |

Índice de Figuras

| | |
|---|-----|
| Figura 1. Consideración del concepto de violencia de género según organismo_____ | 55 |
| Figura 2. Constructos influyentes en la violencia simbólica y explícita_____ | 61 |
| Figura 3. Micromachismos en Twitter (2014) _____ | 63 |
| Figura 4. Micromachismos encubiertos_____ | 66 |
| Figura 5. Micromachismos coercitivos_____ | 67 |
| Figura 6. Micromachismos de crisis_____ | 67 |
| Figura 7. Hipótesis de los dos pasos_____ | 83 |
| Figura 8. Modelo de influencia_____ | 84 |
| Figura 9. Grafo de estructura de red _____ | 86 |
| Figura 10. Red árbol en Twitter _____ | 99 |
| Figura 11. Grafo hashtag #Despitebeingawoman_____ | 100 |
| Figura 12. Constructos teóricos de partida _____ | 158 |
| Figura 13. Tipología de usuarios/as_____ | 179 |
| Figura 14. Temáticas centrales del hashtag #TodosconInmaVOX_____ | 180 |
| Figura 15. Posicionamientos discursivos hallados en el hashtag #TodosconinmaVOX__ | 182 |
| Figura 16. Situaciones que generan el uso de expresiones hostiles contra las mujeres en Twitter _____ | 196 |
| Figura 17. Discurso benevolente identificado en Twitter _____ | 197 |
| Figura 18. Discurso micromachista identificado en Twitter: ¿Sobre qué se bromea en Twit- ter al respecto de las mujeres? _____ | 199 |
| Figura 19. Estereotipos negativos sobre mujeres feministas en Twitter _____ | 200 |
| Figura 20. Discurso neosexista identificado en Twitter_____ | 201 |

Índice de Tablas

| | |
|---|-----|
| Tabla 1. Violencias de género y sus contextos _____ | 57 |
| Tabla 2. Resumen de estudios nacionales _____ | 122 |
| Tabla 3. Resumen de estudios internacionales _____ | 123 |
| Tabla 4. Palabras clave o keywords introducidas (dataset 2) _____ | 143 |
| Tabla 5. Concordancia acuerdo entre jueces _____ | 162 |
| Tabla 6. Tipos de violencia explícita y/o simbólica detectada en el hashtag #TodosconinmaVOX _____ | 181 |
| Tabla 7. Tabla de resultados categorizados: violencias de género en Twitter ____ | 195 |
| Tabla 8. Violencias de género en Twitter _____ | 214 |

Resumen en español

#Violencias de género en Twitter: análisis desde el Trabajo Social.

En este trabajo de investigación se analiza una parte de la red social más pública y con mayor repercusión en la actualidad, Twitter, donde diariamente miles de usuarias/os transmiten, sostienen y perpetúan mensajes violentos, ya sean simbólicos o explícitos, que atentan directamente contra la dignidad de las mujeres y que ponen de manifiesto la desigualdad de género imperante. La violencia de género online debe ser entendida no solo como aquella que se produce dentro de las relaciones sentimentales, sino también como aquella que sufren las mujeres en su día a día en diversos entornos por razón de su sexo. En concreto, internet se constituye como una realidad virtual que genera sus propias reglas y que carece de límites claros, quedando las mujeres expuestas a todo tipo de agresiones de manera incluso despenalizada, social y/o legalmente.

El **objetivo** fundamental de esta investigación es identificar, analizar y clasificar los diversos tipos de violencia, tanto explícita como simbólica, que se dan contra las mujeres en la red social Twitter.

Para ello, se utiliza una **metodología** cualitativa basada en la monitorización de Twitter, a través de API Streaming. En una primera fase, se explora un corpus de textos compuesto por 3.500 mensajes categorizados como violentos. En una segunda fase, se analiza un estudio de caso vinculado a un hashtag.

Los **resultados** muestran que en Twitter existen posicionamientos violentos tanto simbólicos como explícitos contra las mujeres, de tipo hostil, benevolente, micromachista y/o neosexista.

Como **conclusiones** de este estudio, señalar en primer lugar que las mujeres son víctimas recurrentes de la violencia explícita y acoso en la red social Twitter, especialmente aquellas que participan activamente, son visibles o se alejan de los patrones estéticos y normativos esperados socialmente para su género. En segundo lugar, se ha detectado la existencia de posicionamientos benevolentes que promueven un ideario patriarcal invisibilizado, por ejemplo, la creencia sobre la debilidad de las mujeres y su necesidad de protección, así como sobre el mito del amor romántico. Como tercera conclusión de este trabajo, destacar la existencia de posicionamientos micromachistas que se manifiestan a través de bromas y chistes al respecto de las mujeres y que sostienen indirectamente imaginarios virtuales sexistas. Por ejemplo, el caso de las mujeres feministas, un colectivo desfigurado y violentado sin filtros en Twitter bajo un antifaz humorístico tras el que todo es válido. Como cuarta conclusión de este estudio, destacar la existencia de una corriente neosexista que cuestiona la violencia de género o que la justifica, y que además violenta a aquellas mujeres que se rebelan contra las estructuras patriarcales, o que sencillamente opinan. Este hecho, ha institucionalizado en Twitter la figura de las *feminazis* como un tipo de mujer desvirtualizada a la que agredir, y que engloba a cualquiera que critique o denuncie situaciones de desigualdad.

Los resultados hallados plantean la necesidad de atender a las formas de violencia que se manifiestan en las nuevas formas de comunicación, así como de conti-

nuar transformando los imaginarios colectivos sobre la diferencia y la diversidad entre hombres y mujeres y deconstruir el orden simbólico imperante que sostiene un discurso normativo hegemónico que prescribe comportamientos patriarcales cristalizados y actitudes sexistas y violentas. Articular estrategias de prevención, sensibilización e intervención desde el Trabajo Social se constituye como un pilar básico en la erradicación de esta lacra social.

Abstract

Gender-Based Violence on Twitter: Analysis from Social Work.

In this research, we have analyzed a part of the most public social network with the greatest impact today, Twitter, where thousands of users daily transmit, sustain and perpetuate violent messages, whether symbolic or explicit, that directly attack the dignity of women and highlight gender inequality. Online gender violence must be understood not only as one that occurs within sentimental relationships but also as the one suffered by women in their daily lives in different contexts because of gender. In particular, the Internet is constituted as a virtual reality that generates its own rules and lacks clear limits, leaving women exposed to all types of aggression.

The main **objective** of this research is to favor the identification, analysis and classification of the different types of violence, both explicit and symbolic, against women on the social network Twitter.

For this, a qualitative **methodology**, based on the monitoring of Twitter through API Streaming, has been used. In a first phase, a corpus of texts composed of 3,500 messages categorized as *violent* is explored. The second phase analyzes a case study linked to a hashtag.

The **results** show that, on Twitter, there is gender-based violence against women, both symbolic and explicit, concretely hostile, benevolent, microsexist or neosexist.

As a **conclusion** of this study, first, women are recurrent victims of explicit violence and harassment on Twitter, especially those who actively participate, are visible or deviate from socially awaited aesthetic and normative patterns. Second, we have detected the existence of benevolent positions that promote an invisible patriarchal ideology, such as the belief about the weakness of women and their need for protection as well as the myth of romantic love. A third conclusion of this work highlights the existence of microsexist positions that are manifested through jokes about women and indirectly support virtual sexist imaginary – for example, the case of feminist women, a prejudiced group on Twitter, rape under a humorous mask. As a fourth conclusion of this study, we point out the existence of a neosexist position that questions gender violence or justifies it and which also violates women who question patriarchal structures. This fact has institutionalized on Twitter the figure of the *feminazi* as a type of stereotyped woman that includes anyone who criticizes or denounces situations of inequality.

The results show the need to continue transforming collective imaginaries about the difference and diversity between men and women and to deconstruct the prevailing symbolic order that supports the normative hegemonic discourse that prescribes crystallized patriarchal behaviors and sexist and violent attitudes.

.

Introducción

Esta investigación parte de una imperante situación desigualitaria por razón de sexo que continúa acompañando a las mujeres en su vida diaria, afectando de manera transversal a todos los ámbitos. En concreto, y en lo que atañe al objeto de esta tesis, las redes sociales se han convertido en un contexto idóneo en el que continuar perpetuando conductas desigualitarias y violentas contra las mujeres, y que permite el sostenimiento de formas sexistas tradicionales y nuevas. Twitter se constituye como nicho informativo en el que la ironía, los chistes, los insultos o los ataques confluyen de una manera naturalizada, en el que las mujeres se sitúan como un perfil habitual sobre el que se vuelcan todos ellos. Muchas mujeres, famosas o anónimas, sufren acoso y violencia en Twitter, por el mero hecho de participar en la red o por cualquier otro motivo asociado a un ideario patriarcal anclado en el imaginario social de parte de las/os usuarias/os. Silenciarlas es uno de los objetivos que pretenden este tipo de conductas violentas, consiguiendo en muchos casos que las usuarias accedan a borrar sus perfiles como medida preventiva contra la violencia¹. Este trabajo de investigación pretende visibilizar una realidad normalizada y escasamente explorada, desde las Ciencias Sociales en general y desde el Trabajo Social en particular. Parte de la necesidad de ahondar en la problemática de la violencia de género, entendida no solo como agresiones físicas, psíquicas o sexuales a las mujeres dentro de sus relaciones de pareja, sino también como una representación de las distintas formas de violencia explícita y simbólica que sufren las mujeres diariamente fuera de las relaciones sentimentales por el mero hecho de pertenecer a dicho sexo.

¹ Pueden verse ejemplos que justifican estas afirmaciones en los siguientes enlaces:
<http://m.publico.es/columnas/11540540521/otras-miradas-ahora-que-soy-fea-gorda-malfollada-feminazi-y-amargada>
http://verne.elpais.com/verne/2015/11/06/articulo/1446804809_224514.html

Con este estudio se pretende analizar una parte de la realidad virtual que sostiene posicionamientos y valores violentos, ya sea de forma explícita o simbólica, contra las mujeres. Para ello, se lleva a cabo un estudio de una parte de la red social más pública y con mayor repercusión que existe actualmente, Twitter, donde diariamente miles de usuarios/as transmiten, sostienen y perpetúan mensajes sexistas, neomachistas, micromachistas y violentos que atentan directamente contra la dignidad de las mujeres y que en consecuencia entorpecen su carrera por la consecución de la igualdad de derechos entre mujeres y hombres.

Para abordar este fenómeno, denominado violencias de género online, se requiere analizar previamente un marco teórico que lo sostiene y que favorecerá la comprensión tanto de su contenido como de su alcance. Conceptos como patriarcado, sexismo, violencia de género o Trabajo Social feminista, resultan imprescindibles en el abordaje de la problemática que atañe a este estudio, ya que muchos de los fenómenos a analizar se desprenden directamente de los mismos, y otros pueden constituirse como una alternativa a trabajar para la erradicación de la desigualdad que generan entre mujeres y hombres. Así, el capítulo I se ofrece una aproximación teórica y conceptual que contextualizará ideológicamente este trabajo.

En el capítulo II se profundiza en las características fundamentales de las redes sociales en general, y de Twitter en particular, con el objetivo de favorecer la comprensión sobre su funcionamiento y sobre el impacto que tiene en la sociedad, así como la relación directa que guarda con el objeto de esta investigación. Para finalizar con esta primera parte teórica, se realiza en el capítulo III una aproximación a los antecedentes de la cuestión. Un recorrido por los principales referentes científicos de las violencias de género en entornos online resulta fundamental, no solo para contex-

tualizar la temática, sino para poder efectuar una discusión fundamentada que permita comprobar si se cumplen los objetivos propuestos y las hipótesis de partida.

En la segunda parte de este trabajo, se abordan de manera específica los objetivos e hipótesis que guían la investigación, así como la metodología concreta que se ha utilizado para realizar el abordaje del trabajo de campo. Para ello se parte de la netnografía como uno de los métodos incipientes de investigación, y se concreta un diseño que justifica las decisiones tomadas en cada momento de la misma. Una vez explicado el procedimiento científico llevado a cabo, se realiza una exposición de los resultados obtenidos tras la monitorización de Twitter, para posteriormente abordar una discusión tendente a corroborar las hipótesis de partida.

Finalmente, se concretan las conclusiones principales de este trabajo, así como las alternativas y las líneas futuras de trabajo que se desprenden del mismo, para finalizar haciendo referencia a las limitaciones con las que ha contado su desarrollo.

Primera parte:

Marco teórico.

Capítulo I: Sexismo, violencias de género y Trabajo Social feminista.

La creencia sobre la inferioridad de las mujeres al respecto de los hombres y su necesaria sumisión a éstos se extendió a lo largo de los siglos basándose en diversos supuestos morales, intelectuales, biológicos y/o religiosos que se fueron transmitiendo de forma naturalizada a través de la mayor parte de los agentes sociales, incluida la escuela (Bosch, Ferrer & Alzamora, 2006). Esta creencia ha sostenida por distintos sistemas normativos, incluyendo el derecho positivo, habiendo privado de derechos a las mujeres en diversos ámbitos y vinculándolas a un rol de madres y esposas sumisas atrapadas en un laberinto patriarcal legitimado. Todo ello ha ido arrastrando consecuencias para éstas a lo largo de los siglos, a pesar de la incesante lucha feminista por la promoción de los derechos de las mujeres, encontrándonos actualmente frente a numerosos fenómenos que continúan perpetuando un sistema desigual para mujeres y hombres. A lo largo de este epígrafe, se analizan diversos conceptos fundamentales que facilitarán la comprensión de la situación actual de las mujeres en España, así como de fenómenos discriminatorios que afectan negativamente a su condición y que se constituyen como el punto de partida de este trabajo de investigación.

A. La construcción del género: el patriarcado.

En palabras de Simone de Beauvoir (1949), la mujer no nace, sino que se hace. Y nada más lejos de la realidad, la condición femenina responde en mayor medida a un constructo socio-cultural, el género, que a una mera asignación biológica vinculada al sexo. Por tanto, haciendo referencia a los dos conceptos básicos de *sexo* y *género*, se puede considerar que el primero se constituye como una categoría anatómica,

mientras que el segundo atiende a la idea de una categoría social referida al comportamiento y a las conductas que se desarrollan en el medio social y que se construyen en éste. Distintas/os autoras/es ofrecen aportaciones al estudiar este concepto, como por ejemplo Dejours (2005), que afirma que la identidad de género no viene dada desde el nacimiento, pero sin embargo se establece de manera muy precoz en niñas y niños. Por su parte, Money & Ehrhardt (1982) introducen el constructo *género* en las ciencias biológicas para desvelar aquellos aspectos que habían quedado ocultos bajo el término *sexo* y que hacen referencia a una realidad psicosocial concreta. Para Stoller (1968), la categoría *género* es un complemento imprescindible de la variable *sexo* que posibilita el análisis de las complejas interacciones que se producen entre los factores biológicos y aquellos que, desde el nacimiento de los/as individuos/as, acontecen en el contexto psicosocial. Con estas aportaciones, se puede definir el *género* como una variable multidimensional que se puede definir como un conjunto de roles, valores, funciones y expectativas que se atribuyen de manera diferente a hombres y a mujeres, en el imaginario colectivo.

Detrás del concepto *género* se encuentran las atribuciones que se les han realizado a los *sexos*, otorgando a cada uno de ellos un poder diferenciado y socioconstruido que determina posiciones diferentes en función de si se es mujer u hombre. La atribución histórica apunta a la ubicación de los hombres en una posición de poder superior al respecto de las mujeres, y es en esa diferenciación en la que se sustenta el concepto de *sexismo*. A grandes rasgos, este concepto puede definirse como un perjuicio basado en el género y que engloba las actitudes, creencias y conductas de las/os individuos/as, así como las prácticas organizacionales, institucionales y culturales que reflejan actitudes perniciosas para las personas por razón de su género o

apoyan la existencia de un desigual estatus de hombres y mujeres (Swin & Hyers, 2009). El sexismo se sustenta en las actitudes sobre los roles y responsabilidades que se consideran adecuados para los hombres y para las mujeres, incluyéndose también las creencias sobre las relaciones que se deben mantener entre ellos (Moya, 2003). Se profundizará en este concepto en el siguiente epígrafe.

Las identidades femenina y masculina que se han ido construyendo han quedado sujetas a las consecuencias de la cultura patriarcal (Lomas, 1999). Este hecho se ha traducido en que las mujeres han experimentado de manera tradicional la dominación masculina (Bordieu, 1990), y los hombres se han integrado en dichos contextos dominadores de diversas formas, habiéndose tornado lentas las transformaciones para ambos sexos (Lomas, 2002). La transformación de la masculinidad hegemónica y complaciente de los hombres no responde a una esencia natural de lo masculino, sino a un vínculo cultural tradicional entre masculinidad y poder (Connell, 1995; Lomas, 2005). La dominación masculina y la violencia asociada en muchos casos a ella, no responde a un efecto natural inevitable, sino al efecto social de prácticas aprehendidas por las personas que se describe a la perfección a través de la siguiente falacia:

La presunta naturaleza superior de los hombres, que justifica en nombre de la razón y del orden natural de las cosas, la dominación masculina, las jerarquías entre los sexos, las estrictas fronteras que se asignan convencionalmente a los géneros masculino y femenino, el sexismo y en última instancia el ejercicio del poder y de la opresión contra las mujeres. El orden masculino

impregna así el inconsciente colectivo y la organización de las sociedades con una serie de esquemas estructurales, tanto éticos como culturales y simbólicos, convirtiéndose no sólo en el único orden natural, legítimo y razonable sino además en un orden neutro y objetivo al servicio de la sociedad (Lomas, 2005, p.264).

La naturalización de la noción de feminidad, la orientación sexual, la identidad sexual y la expresión de género, son el resultado de una construcción-producción social, histórica y cultural, y por lo tanto no existen papeles sexuales o roles de género, esencial o biológicamente inscritos en la naturaleza humana (Duque, 2011). Según Butler y Žižek (2003), la sexualidad hegemónica se construye mediante la *performatividad*, es decir, por medio de la repetición ritualizada (interacción) de actos de habla y de todo un repertorio de gestos corporales que obedecen a un estilo relacionado con uno de los dos géneros culturales, y se encuentra encaminada a producir aquellos fenómenos que regulan y constriñen la conducta en relación con la identidad sexual. Cuando se produce el resultado esperado, se obtiene un género y una sexualidad culturalmente considerados congruentes con el sexo del sujeto.

Para comprender cuáles son las causas y las consecuencias del mantenimiento de las estructuras que sostienen el sexismo, y por tanto la desigualdad por razón de género en las sociedades occidentales, se debe analizar el concepto de *patriarcado*. El sistema patriarcal es identificado por las y los teórica/os de género como el origen directo de la desigualdad entre mujeres y hombres, así como la causa de mantenimiento de este fenómeno a lo largo del tiempo. Lerner (1990) definió el patriarcado

como la manifestación e institucionalización del dominio masculino sobre las mujeres y niñas, así como la extensión de dicho dominio sobre las mujeres en general. Así, el patriarcado se constituye como un orden social de poder que se basa en la dominación masculina y que asegura la supremacía de los hombres sobre lo femenino (Lagarde, 1996).

El término patriarcado comienza a utilizarse de forma oficial a partir de la obra de Kate Millett, *Política Sexual* (1969), que incluye dos componentes básicos que sostienen el patriarcado: por un lado, el hecho de que se constituye como una estructura social que crea y mantiene una situación en la que los hombres cuentan con mayor poder y privilegios que las mujeres, y por otro, una ideología que legitima que esto sea así. Millett (1969) añade además diversas acepciones para el concepto de patriarcado:

- a) Conjunto de creencias que legitiman el poder y la autoridad de los maridos sobre las mujeres en el matrimonio/pareja.
- b) Conjunto de actitudes que justifican la violencia contra aquellas mujeres que se considera violan los ideales de la familia tradicional patriarcal.

Las instituciones sociales articuladas sobre la base del sistema patriarcal se han desarrollado en torno a la figura de los hombres, existiendo una dominación ideológica impuesta y naturalizada; un sistema de organización social en el que los puestos clave de poder (político, económico, religioso y militar) se encuentran, exclusiva o mayoritariamente en manos de varones, siendo una organización histórica de gran antigüedad que llega hasta nuestros días (Puleo, 1995). Las reformas y avances lega-

les llevados a cabo hasta el momento han mejorado en gran medida las condiciones de las mujeres y se han constituido como parte esencial de su proceso de emancipación, si bien, no han logrado modificar de raíz la estructura patriarcal. De ello se desprende la necesidad de continuar integrando las reformas dentro de la revolución cultural que consiga erradicar la tradicional desigualdad entre mujeres y hombres (Lerner, 1990).

El patriarcado se sitúa como el origen directo de la discriminación hacia las mujeres y del sexismo imperante, articulados ambos fenómenos por un tipo de sociedad consentidora y por una tradición histórica de la que es deudora. A pesar de los numerosos esfuerzos realizados desde el movimiento feminista y otros agentes sociales para obtener los avances logrados, las caras visibles del poder económico y político continúan estando representadas por hombres, no existiendo ninguna forma concreta y explícita que institucionalice esta discriminación hacia la mujer. Es el sistema patriarcal el que sustenta el bagaje cultural que reciben niñas y niños desde su nacimiento y hasta su adultez, inculcando en ellas y ellos valores desigualitarios y normalizando la ubicación de la mujer fuera del reparto de poderes (Manso & Silva, 2016). Por la importancia que ha representado y representa el movimiento feminista en la lucha por la consecución de los derechos de las mujeres y la lucha contra la desigualdad que genera el patriarcado, se presenta en el siguiente epígrafe una aproximación a este fenómeno, principalmente en su desarrollo en Europa y Estados Unidos.

B. Feminismo y Trabajo Social feminista: historia y evolución.

B.1. Aproximación a la historia del feminismo.

La identificación, descripción y análisis feminista del sexismo y la violencia de género, temática central de este trabajo de investigación, se ha sucedido gracias a aquellas mujeres que llegaron antes que las mujeres de hoy, y cuya influencia se ha transmitido a través de lo que se conoce como los movimientos feministas (Stout & McPhail, 1998). Estos movimientos, que cuentan con más de doscientos años de historia y que pueden calificarse como progresistas, plurales y pacíficos, han basado su lucha en el principio de igualdad entre mujeres y hombres y en la denuncia de aquellas estrategias orientadas al control de las mujeres por parte del patriarcado (Bosch, Ferrer & Alzamora, 2006).

El término feminista data de 1872 y fue empleado por primera vez durante el Congreso General de las Sociedades que luchan por los Derechos de las Mujeres, celebrado en París en mayo de 1892 (Rigollet, 1997). Es importante remarcar que el feminismo es un movimiento social y político que denuncia la invisibilidad de las mujeres y que pretende facilitar una sociedad diferente a la patriarcal (Sau, 2000), pero que no pretende promover la superioridad de privilegios para las mujeres. Al contrario que el machismo, que plantea unas ideas de superioridad del hombre frente a la mujer, el feminismo avala la igualdad de derechos y libertades entre hombres y mujeres (García, Cala & Trigo, 2016). Aquellas mujeres feministas fueron quienes en su trayectoria reivindicaron la igualdad en el derecho al voto, al divorcio, a la

educación, al trabajo, a la participación en la vida pública y política e incluso a su propio cuerpo (Bosch, Ferrer & Alzamora, 2006).

Se establecen tres etapas para describir la trayectoria de los movimientos feministas en Europa y Estados Unidos, los cuales indudablemente influenciaron, aunque tardíamente, en España (Solé, 1995; Varela, 2005):

- Primera ola: feminismo ilustrado, de finales del S.XVIII hasta la primera mitad del S.XIX.

En los antecedentes directos del feminismo se sitúa la Revolución Francesa como fenómeno ideológico y social influyente. La reivindicación de los derechos humanos en general, y de las mujeres en particular, tomaron forma tras esta revolución, dando lugar a las primeras voces feministas de la historia. Y es que las mujeres también tomaron parte en la lucha por la igualdad para toda la sociedad, aunque bien es cierto que finalmente la consecución de derechos no fue plena para toda la ciudadanía, ya que fueron las mujeres quienes continuaron quedando relegadas a un segundo plano desigualitario. Se planteó la necesidad de aplicar los ideales liberal-burgueses también para las mujeres, pues éstas quedaron excluidas de los principios de igualdad, libertad y fraternidad que se proclamaban tras la Revolución francesa (De la Barre, 1993). A partir de este momento histórico, comenzó la influencia de la obra de diversas autoras que posteriormente serían clave para el pensamiento feminista, tales como Olympe de Gouges (1791), que de manera específica luchó por la consecución de los derechos de las mujeres hasta 1793, fecha en la que fue guillotizada (Puleo, 1993). Su obra, la *Declaración de los derechos de la mujer y de la ciudadana* consti-

tuye un referente fundamental para la lucha por la igualdad de género, pues convierte la reivindicación de los derechos de las ciudadanas en el eje central de la lucha de las mujeres a partir de ese momento: acceso a la educación, al trabajo remunerado, a participar en la vida pública y por supuesto, el derecho al voto (Bosch, Ferrer & Alzamora, 2006). Otras activistas de este siglo, como Mary Wollstonecraft (1792), hicieron mayor hincapié en la labor educativa como pilar fundamental para la erradicación de la desigualdad de sexos, algo que paradójicamente varias décadas después, continúa constituyéndose como una asignatura pendiente en la sociedad occidental. Esta autora, además, apostó por un llamamiento a los poderes públicos para la modificación de la legislación de la época que sostenía de forma específica la desigualdad entre mujeres y hombres (Berceo, 2013).

A pesar del surgimiento de las primeras voces que vindicaban la igualdad para toda la ciudadanía en la Revolución francesa, con su finalización se confirmó el fracaso que había constituido para las mujeres, puesto que su papel en la sociedad continuó supeditado a la figura del hombre y sus condiciones de desigualdad de mantuvieron prácticamente intactas. La idea de ciudadanía por la que apostaban los principios ilustrados dejó a las mujeres en un segundo plano, lo cual sería cuestionado por la corriente feminista en la siguiente etapa (Fernández de Castro, 2014).

- Segunda ola: feminismo sufragista, de la segunda mitad del S.XIX hasta el primer tercio del S.XX.

Esta segunda fase vincula estrechamente el origen del feminismo a la reivindicación del derecho al voto de las mujeres. Es en la segunda mitad del S.XIX cuando el

auge del movimiento democrático de izquierdas comienza a tener en cuenta los principios feministas que abogaban por la ciudadanía de pleno derecho de las mujeres. La educación continuó valorándose como un requisito básico para la normalización de las mujeres en la vida pública, por lo que la creación de las primeras escuelas de institutrices constituyó las bases para la inmersión de las mujeres primero en la educación básica y posteriormente en la superior.

La lucha feminista de esta época estuvo marcada por las revoluciones y alzamientos (Brown, 2005). En Estados Unidos, el movimiento feminista fue obteniendo cada vez una mayor representación política y social, en parte ayudado por autoras como Elizabeth Cady Stanton, que en 1848 realizó el documento de sentimientos, donde proponía de forma explícita la igualdad de sexos en todos los ámbitos, incluidos el educativo y laboral. La lectura de esta declaración en el seno de la Convención Séneca Falls en el mismo año, supuso la primera acción colectiva organizada para la defensa de los derechos de las mujeres, y un antes y un después en el desarrollo del feminismo norteamericano. A partir del año 1866, en Gran Bretaña comenzó a demandarse el sufragio masivo para las mujeres, y un año mas tarde John Stuart Mill plantearía la propuesta de sufragio universal ante las cortes (Offen, 2015).

Otro suceso relevante que colaboró con la causa fue la creación de la Asociación Nacional por el sufragio de las mujeres en EEUU, con la que se iniciaron las primeras campañas de reivindicación del derecho al voto. Al fin, en 1893 el sufragio universal fue aprobado en Nueva Zelanda, en 1901 en Noruega, en 1906 Finlandia y en 1920 en Estados Unidos, entre otros (Offen, 2015). Previamente habían tenido lugar otros intentos más limitados, como es el caso de Suecia, que aprobó el sufragio para

mujeres contribuyentes o en Gran Bretaña (1918), que lo limitó para las mujeres mayores de 30 años hasta 1928. En España, al igual que ocurrió con otras influencias ideológicas y movimientos sociales, el establecimiento del movimiento feminista fue tardío, no aprobándose el sufragio universal hasta el año 1931 (Muñoz, 2012). Mujeres como Emilia Pardo Bazán, Clara Campoamor, Concepción Arenal o Victoria Kent representaron la lucha feminista por la vindicación de los derechos de las mujeres en España y colaboraron, junto con la celebración de los primeros congresos feministas, en la institucionalización del voto femenino en este país.

- Tercera ola: feminismo contemporáneo, desde la segunda mitad del S.XX hasta la actualidad.

Tras la II Guerra Mundial gran parte de los países occidentales habían aprobado el derecho universal al voto. Es en este momento cuando entran en escena nuevas autoras como Simone de Beauvoir, que en su obra *El Segundo Sexo* (1949) incidirá en la vindicación de nuevos derechos no tratados anteriormente tendentes a la consecución de la igualdad de género, entre otros, la sexualidad de las mujeres. En la obra señalada realiza un análisis estructural de la situación de desigualdad en la que todavía se encuentran las mujeres de la época, dando lugar así una nueva teoría que tratará de establecer una causalidad de la supremacía del hombre sobre la base de cuestiones sociales y culturales.

A partir de los años 60, el movimiento de liberación de las mujeres amplía su campo de denuncia centrándose en nuevos aspectos de la condición femenina, como la violencia sexual o la que tiene lugar dentro de las relaciones de pareja (Bosch, Fe-

rrer & Alzamora, 2006; Heise, 1997). Será en los años 70 cuando Kate Millet hablará por primera vez del concepto de patriarcado y sentara así las bases para las reivindicaciones que todavía hoy se realizan en materia de igualdad. Además de centrarse las corrientes feministas en lo relativo a violencia de género, se sucedieron paralelamente otros movimientos que apostaron por una reforma legislativa igualitaria y equitativa entre mujeres y hombres y que se concretaban en la necesidad de situar a las mujeres en la vida política y pública, y en la reivindicación de la emancipación e independencia en la maternidad, el aborto o la sexualidad. De igual forma, la incorporación del ideario feminista se suma a instituciones de relevancia, tales como la Organización de Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo o la UNESCO. A partir de los años 80, comienza a sucederse en Europa la incorporación masiva de las mujeres a los ámbitos educativo y laboral, constituyendo una transformación histórica de la organización social, familiar y cultural.

En el caso de España, los avances normativos que han ido acompañando a estos nuevos sucesos, tales como la Ley de Igualdad entre mujeres y hombres de 2007 o la Ley contra la violencia de género de 2004, y una mayor sensibilización de la población en materia de género, han dado lugar a una mejora en el cumplimiento de parte de los objetivos igualitarios de la ideología feminista.

- ¿Hacia la cuarta ola feminista?: momento actual.

La mayor visibilización de las mujeres en las esferas política, social, cultural, laboral y familiar ha sido un hecho notable que, si bien, no ha impedido la pervivencia de las estructuras patriarcales que continúan perpetuando diversas formas de sexis-

mo, desigualdad y violencia contra las mujeres. Algunos ejemplos de ello son la brecha salarial entre mujeres y hombres, el techo y la escalera de cristal o los estereotipos transmitidos de generación en generación, entre otros, y en los que la tarea educativa tiene una indiscutible labor que debe ser replanteada desde los primeros años de la infancia. Yendo aún más allá, los datos alarmantes que confirman el número de muertes por violencia de género en España. Según datos oficiales del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, el número de mujeres que han sido asesinadas a manos de sus parejas o exparejas en los últimos quince años asciende a 885.

La ideología feminista se encuentra en un nuevo momento histórico que probablemente está derivando en la cuarta ola feminista, y que sin duda viene marcado por la influencia de nuevos elementos como pueden ser las redes sociales. Éstas constituyen un nuevo ámbito de investigación de las Ciencias Sociales en general y de la desigualdad de género en particular, pero también un nuevo espacio en el que generar redes sensibilizadoras y reivindicativas de los derechos de las mujeres. Se presentan como un abanico de posibilidades que permiten tanto la visualización de las violencias que se dan día a día contra las mujeres, como la organización y sensibilización para defensa y la lucha por los derechos de éstas, proporcionando además un marco incomparable para la movilización. Las redes sociales han otorgado a los movimientos feministas un nuevo espacio en el que reconvertir la situación desventajosa de las mujeres, a través de la articulación de estrategias de convocatoria colectiva que favorecen la interacción constante y la denuncia explícita global de situaciones denigrantes. Promueven además el tránsito de propuestas de acción y reflexión que permiten a las y los internautas conocer situaciones en las que las mujeres pasan a ser protagonistas directas, más allá de las asociaciones activistas tradicionales.

En el contexto tecnológico actual, la lucha por los derechos de las mujeres no puede obviar el uso de las tecnologías para la consecución de los mismos. Amorós & De Miguel (2005) describe la cuarta ola feminista en relación a la necesidad de determinar un punto de encuentro entre los movimientos feministas y la red, coincidiendo con lo postulado por Haraway (1995). Ésta última propone la *metáfora del ciborg*, donde las nuevas tecnologías son consideradas como modificadoras de las identidades y como un medio para la consecución de la libertad y la igualdad entre mujeres y hombres. Con la expansión de internet, los movimientos feministas han puesto de manifiesto la importancia de integrar las tecnologías para el logro de dichos avances. El punto de partida de esta afirmación se puede situar en Beijing, en 1995, cuando tiene lugar un encuentro internacional por la igualdad de género en el que se plantea por primera vez la comunicación como herramienta indispensable para el empoderamiento de las mujeres y cuando se comienza a interiorizar la necesidad de aplicar la tecnología a los movimientos feministas. Un ejemplo de ello lo constituye una de las webs de referencia de los movimientos feministas en España, creada en 1997 y denominada “Mujeres en red”. Los ciberfeminismos, concepto introducido por VNS Matrix en 1991, tratan de analizar identidades en el ciberespacio, identificando la ideología patriarcal que todavía le sustenta, y desjerarquizando, deconstruyendo y creando modelos más democráticos que promuevan la consecución de la igualdad entre mujeres y hombres. Bien es cierto que los ciberfeminismos se topan con diversos impedimentos derivados de las diferentes manifestaciones del sistema patriarcal. Una de ellas sería la brecha digital, entendida como la separación que existe entre las personas que usan tecnologías como parte de su rutina diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas por diferentes motivos (Bertomeu, 2010;

Vázquez & Castaño, 2011) Estas/os autoras/es señalan que las mujeres constituyen uno de los colectivos que pueden sufrir esta e-exclusión, por causas relacionadas con la posición que ocupa la mujer en el mercado laboral, que desempeña funciones más alejadas de entornos informatizados, o por las propias barreras culturales al respecto del uso y acceso a internet, motivados en muchos casos por dificultades de conciliación familiar y laboral.

A pesar de la evolución que ha continuado llevando a cabo el feminismo, hay que destacar que hoy en día cuenta con un carácter marcadamente desvitalizado y en muchos casos malentendido como una postura radical que lleva a muchas mujeres a la ansiedad de desprenderse de una hipotética etiqueta feminista (Caballé, 2013). Añade dicha autora:

Ya en 1976, la Revista Vindicación Feminista se quejaba de que los medios de comunicación evitaban de forma sistemática hablar de feminismo (...) La asociación del feminismo con lesbianismo, falta de atractivo físico, ira y falta de feminidad ha perjudicado mucho al movimiento, de tal modo que ha hecho difícil identificarse con él sin que las mujeres queden impregnadas de sus estereotipos (p.23).

El feminismo como concepto general siempre ha generado reacciones adversas (García, Cala & Trigo, 2016), de forma que, cuando las mujeres cuestionan la situación de inferioridad en la que se hallan, la reacción de muchos hombres (y también mujeres) es de crítica y rechazo. Sin embargo, las mismas autoras sostienen que

esta reacción antifeminista no es la misma ahora que hace unos años. Son las propias redes sociales las que nos ofrecen diariamente ejemplos de esta afirmación, al acoger en su seno ideas erróneas que confunden los preceptos feministas con la radicalización, el odio profundo a los hombres y la masculinización de sus defensoras. Mujeres que afirman “no ser feministas” porque realmente consideran que este concepto busca la superioridad de las mujeres en todos los ámbitos, y que además va asociado a unas características y estereotipos concretos ya referidos por Caballé (2013), y que en suma provocan rechazo social y prejuicios de gran parte de la población. Valga como ejemplo más concreto la sustitución de la palabra feminismo por *feminazismo* (Swirsky & Angelone, 2014), engendrada en las propias redes sociales como insulto que asocia el movimiento feminista con la ideología nazi, y dedicado a aquellas mujeres que promueven en éstas mensajes de lucha por la igualdad de género y que cuestionan las estructuras patriarcales imperantes. Éstas provocan el rechazo tajante de los detractores y *haters*, que no dudan en utilizar este u otros insultos para mostrar su desacuerdo y que dan lugar con ello a otras corrientes neosexistas que procuran mantener la dominación masculina a través de maniobras sutiles de desorientación y confusión. Reacciones antifeministas en parte causadas por una justificación del sistema imperante (Yeung, Kay & Peach, 2014) que considera exageradas las demandas de igualdad que llevan a cabo las mujeres y que sostiene estereotipos negativos contra las mujeres en general y el feminismo en particular. Todas estas reacciones, prejuicios y estereotipos provocan que identificarse como feminista no otorga ningún tipo de prestigio y de hecho se rechaza la autodefinición como tal, lo cual indicaría el desconocimiento y la incomprensión de los objetivos del feminismo (Caballé, 2013; Fitz, Zucker & Bay-Cheng, 2012; Redford, Howell, Meijs & Ratliff, 2016; Roy, Weibust & Miller, 2007; Swirsky & Angelone, 2014).

Se analizan varios ejemplos de estas afirmaciones a lo largo de este trabajo por su relación directa con el objeto de investigación del mismo.

B.2. Evolución del Trabajo Social feminista.

El feminismo cuenta con la capacidad de generar debate sobre los significados de determinados conceptos, así como sobre las consecuencias que éstos tienen en la vida de cada persona, lo cual indudablemente resulta especialmente relevante para el Trabajo Social (Orme, 2002). Además, los preceptos procedentes de teorías feministas son coherentes con los valores y principios por los que apuesta el Trabajo Social (Dominelli & MacLeod, 1999; Van Den Bergh & Cooper, 1986). Entre ellos se encuentran el reconocimiento de la singularidad de los individuos en su contexto social, la necesidad de compromiso de la usuaria o usuario con respecto a su autodeterminación, y que puede traducirse en la necesidad de empoderamiento, la participación de la ciudadanía en su propio proceso y la lucha contra la desigualdad de género y la injusticia social. Las premisas que ofrece el Trabajo Social feminista tratan de promover el fin de la opresión de las mujeres, canalizada a través de una estructura pública y privada patriarcal que obliga a esta profesión a redefinirse, en todos los aspectos relativos a su ideología y práctica profesional, y como parte del compromiso de transformar de manera integral las relaciones sociales.

El objetivo del Trabajo Social feminista es abordar la opresión, tratando de ofrecer el mejor servicio posible a las mujeres con las que se trabaja (Dominelli, 2002). Esta definición ofrece un planteamiento transformador relacionado estrecha-

mente con los postulados feministas de denuncia de situaciones de discriminación sexista que promocionan el cambio social (Alcázar-Campos, 2014; Dominelli & MacLeod, 1999).

El momento histórico que marca el inicio del Trabajo Social feminista propiamente dicho queda vinculado a la tercera ola feminista, coincidiendo también con los primeros cuestionamientos sobre la necesidad de erradicar las agresiones contra mujeres, y estando estrechamente ligado al movimiento de liberación iniciado por éstas (Stout & McPhail, 1998). Muchas otras trabajadoras sociales lucharon por los derechos de las mujeres, aunque de una forma menos organizada. Valga como ejemplo el caso de Mary Richmond, que vinculó parte de su actividad como trabajadora social a la investigación específica de la situación y la vida de las mujeres (Richmond, 1917). Alice Salomon, formó parte de numerosos movimientos y agencias feministas desde los años veinte, situándose como una de las precursoras del movimiento feminista en Trabajo Social (Salomon & Lees, 2004). Tanto la primera como la segunda ola feminista colaboraron estrechamente en el surgimiento y desarrollo del Trabajo Social en general, y del Trabajo Social feminista en particular (Featherstone, 2001). Existe un hecho indiscutible, y es que todas las mujeres pioneras del Trabajo Social contribuyeron directa o indirectamente al movimiento feminista, demostrando así la estrecha relación entre Trabajo Social y pensamiento feminista.

Sin embargo, la incorporación de la opresión de género como problema social no llegaría hasta la década de los 70. Una de las características del movimiento que llevaron a cabo las mujeres de esta época, motivo por el cual quedó marcado un antes y un después en el desarrollo del Trabajo Social feminista, fue la forma de definir y

redefinir los problemas sociales de las mujeres. El tema central de los años 70 giró en torno a la violencia ejercida contra las mujeres, lo cual conllevó el surgimiento de diversas iniciativas centradas en las necesidades específicas de las mujeres, por ejemplo, los primeros centros para mujeres víctimas de violación o clínicas para mujeres (Dominelli & MacLeod, 1989). También tuvo lugar la organización de los primeros encuentros relacionados con el Trabajo Social feminista. Por ejemplo, en 1980 el *National Committee on Women's Issues of the National Association of social workers* (NASW), que organizó la primera Conferencia Nacional de práctica en Trabajo Social en la sociedad sexista, donde más de ochocientas mujeres intercambiaron sus visiones sobre la situación de desigualdad imperante (Bricker-Jenkins & Hooyman, 1986). Fue en el mismo año cuando la Asociación para la mujer en Trabajo Social y la revista *Affilia* fueron fundadas, contribuyendo, junto a la publicación de los primeros textos y artículos en esta materia, a emerger el Trabajo Social feminista (Foss, 2015). Valga como ejemplo la obra *Women and Male violence: the visiones and struggles of the battered women's movement* (Schechter, 1982), que supuso un importante hito para el reconocimiento del fenómeno feminista.

Fue en la década de los ochenta cuando las entonces denominadas “asistentes sociales” comenzaron a interiorizar las teorías y prácticas feministas con una mayor contundencia, surgiendo así los primeros proyectos de sensibilización en igualdad para niñas (Giebler, 2006). A mitad de los años 90, emergió la práctica profesional centrada en medidas antidiscriminatorias para las mujeres. En concreto, la incursión de la perspectiva crítica del Trabajo Social, cuyo fin trata de facilitar la interpretación de las experiencias y vivencias de las mujeres como producto de la estructura social, influyó igualmente en el desarrollo del Trabajo Social feminista como modelo de

transformación social de las mujeres, que propuso la desestabilización de las ortodoxias que se habían ido convirtiendo en características indiscutidas e injustas de la sociedad (Healy, 2001). La intervención de las y los trabajadoras/es sociales, especialmente dentro del ámbito institucional, ha estado vinculada en los últimos años a la atención y prevención de situaciones de violencia de género (Featherston, 2001), y no tanto al cuestionamiento de las estructuras sociales que sostienen esta problemática, colaborando indirectamente en la pervivencia de un orden social injusto que sostiene la desigualdad real entre mujeres y hombres. El desarrollo legislativo en materia de violencia de género y la proliferación de los dispositivos de prevención y atención a mujeres maltratadas han generado un nuevo espacio indiscutible para trabajadoras sociales, tales como casas de acogida, centros de la mujer o instituto de la mujer. Sin embargo, la función de las y los trabajadoras/es sociales se sostiene encorse-tada dentro de las instituciones patriarcales, relegando su objeto de intervención a situaciones de violencia de género explícita y obviando en muchos casos la necesidad de adaptar modelos y métodos de intervención a las mujeres usuarias para las que se trabaja, así como de investigar y transformar las problemáticas sociales y las instituciones que sostienen relaciones desiguales entre mujeres y hombres (Fernández-Montaña, 2015). En este sentido, la *Feminist Standpoint Theory* (Harding, 2004) propone partir de las necesidades y vivencias de las propias mujeres, de cara a la articulación de métodos y técnicas de investigación e intervención realistas e igualitarias, tales como el uso de narrativas. Además, a este hecho hay que destacar que esta profesión continúa feminizada, algo que responde a los valores todavía arraigados en la sociedad de la capacidad supuestamente innata de la mujer para el cuidado y la ayuda a los demás.

C. Sexismo, micromachismos y violencias de género.

De manera tradicional, las conductas sexistas se han dirigido principalmente hacia las mujeres de forma negativa y se puede afirmar que ha ido evolucionado con el paso tiempo hacia otras formas de sexismo menos visibles. Se puede hablar así de un viejo sexismo y de un nuevo sexismo o neosexismo, cuyas diferencias teóricas y características fundamentales se describirán en los siguientes apartados. Además, se abordará por qué el concepto de sexismo debe vincularse al de violencia de género, profundizando en el análisis de ambos fenómenos, así como en la variante más invisible de sus manifestaciones: la violencia simbólica, cuya vertiente más imperceptible actualmente se denomina micromachismo. Todas ellas representaciones de una situación desventajosa para las mujeres que evidencia las diferentes situaciones injustas a las que son sometidas diariamente.

C.1. Sexismo ambivalente y neosexismo.

Cuando una relación social se caracteriza por la desigualdad de poder entre dos partes, la primera de ellas suele generar una ideología que facilite la perpetuación de dicha dominación: en el caso de mujeres y hombres, la ideología es el sexismo (Glick & Fiske, 1996). Por tanto, el sexismo se entiende como una actitud dirigida hacia las personas por el mero hecho de pertenecer a uno de los dos grupos organizados según el sexo biológico, mujeres y hombres (Allport, 1954). Si se analiza etimológicamente el término sexismo, se puede hacer referencia a las actitudes en función del sexo, de forma genérica. De forma tradicional, esta realidad se ha estudiado poniendo el foco en las actitudes hacia las mujeres, de forma casi exclusiva, por ser

éstas quienes sufren las consecuencias discriminatorias de la jerarquía de roles impuesta a los sexos (Rodríguez, Lameiras & Carrera, 2009). Siguiendo la propuesta de estas autoras, la superación del sexismo debe pasar por la de los estereotipos que de forma paralela se asumen sobre los hombres para justificar su posición de superioridad. El sexismo tradicional, o lo que hoy podemos denominar sexismo hostil, hace referencia a una actitud de prejuicio o a una conducta discriminatoria que se basa en una supuesta inferioridad de las mujeres como grupo (Cameron, 1977). Los enfoques predominantes en las últimas décadas advierten, sin embargo, que las manifestaciones del sexismo han ido evolucionando, habiéndose camuflado las formas hostiles bajo una máscara benevolente que resulta igualmente dañina para las mujeres.

Las actitudes ambivalentes entre mujeres y hombres (positivas y negativas) surgen de unas condiciones biológicas y sociales donde los hombres responden al control de las instituciones legales, políticas y económicas, pero sin embargo dependen del poder diádico de las mujeres, que se postulan como imprescindibles para la reproducción, la crianza de los hijos y el sexo (Glick & Fiske, 1996). Siguiendo a los mismos autores, se puede hablar de la teoría del sexismo ambivalente, que se basa en una ideología de género ambivalente marcada por la coexistencia de sentimientos positivos y negativos hacia la mujer, quedando conformado el sexismo por dos componentes diferenciados y relacionados. Sería el resultado de la combinación de dos elementos con cargas afectivas antagónicas, que son consecuencia de las complejas relaciones de aproximación/evitación que caracteriza a los sexos. Este tipo de sexismo representa una combinación que mantiene la subordinación de la mujer, actuando como un sistema articulado de castigos (sexismo hostil) y de recompensas (sexismo benevolente) (Glick & Fiske, 1997). Por una parte, el sexismo hostil, caracterizado

por un conjunto de creencias y sentimientos tradicionales de antipatía hacia las mujeres, y por otra, el sexismo benévolo, que los mismos autores definen como:

Conjunto de actitudes interrelacionadas hacia las mujeres, que son sexistas en cuanto a que las consideran de forma estereotipada y limitadas a ciertos roles, aunque pudiendo contener un tono afectivo, así como suscitar comportamientos típicamente categorizados como pro-sociales o de búsqueda de intimidad (Glick & Fiske, 1996, p.491).

En resumen, una visión sobre la mujer como una criatura débil y desprotegida que debe ser colocada en un pedestal, donde son admirados sus roles naturales como esposa y madre. Una visión marcada por un tono afectivo positivo que idealiza los roles tradicionales de las mujeres, a la par que resalta su debilidad y necesidad de protección del hombre. Sin embargo, este tipo de sexismo encubre el control sobre las mujeres porque descansa en la dominación tradicional del varón y tiene aspectos comunes con el sexismo hostil que son igualmente peligrosos para la igualdad de género. En otras palabras, nos encontraríamos ante un tipo de sexismo maquillado, que protege y cuida a las mujeres que se adhieren a los roles tradicionalmente asignados a éstas, y que perpetúa los estereotipos tradicionales y la dominación del hombre. El sexismo benévolo no es percibido en muchos casos como sexismo, tornándose así más peligroso y dañino para las mujeres (Barreto & Ellemers, 2005; Glick & Fiske, 2001). Así, una mujer que amenaza la dominancia masculina reivindicando la igualdad y cuestionando los roles que tradicionalmente le han venido correspondien-

do, podrá ser castigada con la hostilidad masculina (Glick, Diebold, Bailey-Werner & Zhu, 1997).

Antes de describir de manera más detallada la composición de los dos tipos de sexismo que plantea la teoría del sexismo ambivalente, cabe concluir que tanto la versión hostil como la benévola del sexismo sostienen el poder estructural que ejercen los hombres: el patriarcado. De este concepto ya se habló en los dos capítulos anteriores, por lo que no se incidirá nuevamente en sus características.

El tipo de sexismo que Glick & Fiske (1996) definieron como ambivalente, se articula en torno a tres dimensiones de las relaciones entre mujeres y hombres que condicionan tanto el sexismo hostil como el benevolente: En primer lugar, el paternalismo, entendido como el poder estructural que ejercen los hombres sobre las mujeres y la justificación de que esto sea así. En segundo lugar, la diferenciación de género, que puede definirse como el grado en que se percibe a mujeres y hombres ocupando diferentes roles sociales y laborales (Eagly & Wood, 1999). En tercer y último lugar, la relación heterosexual entre hombres y mujeres, clave de la interdependencia e intimidad entre ambos.

Partiendo de la conceptualización del sexismo hostil, se pueden describir las siguientes características según sus dimensiones (Glick & Fiske, 1996):

1. El *paternalismo dominador*, basado en la creencia de que las mujeres son más débiles e inferiores a los hombres y que por tanto queda legitimada la necesidad

de contar con un hombre que la proteja tanto en el ámbito público como en el privado.

2. La *diferenciación de género competitiva*, en la que las mujeres no cuentan con las características necesarias para desarrollar ciertas tareas, tales como gobernar instituciones sociales, pero sí las relacionadas con el ámbito del hogar y familiar.
3. La *hostilidad heterosexual*, en la que el “poder sexual” de las mujeres resulta amenazador para los hombres, ya que puede convertirles en fácilmente manipulables o ser víctimas de su provocación.

Igualmente, cabe analizar los componentes básicos del sexismo benévolo hacia las mujeres de la siguiente forma:

1. El *paternalismo protector*, basado en la creencia de que los hombres deben cuidar y proteger a las mujeres, especialmente cuando éstas desempeñan roles tradicionales, y que son débiles.
2. La *diferenciación de género complementaria*, en el que los hombres reconocen que las mujeres tienen características positivas que, en todo caso, complementan las suyas (Eagly & Mladinic, 1993). Por ejemplo, las mujeres son comprensivas y facilitan otras tareas del hombre.
3. La *intimidación heterosexual*, que parte de la afirmación de que las relaciones de pareja son el verdadero camino para conseguir la felicidad, y que por tanto todo hombre necesita a una mujer y viceversa.

Se han desarrollado y validado en los últimos años diversas escalas de medida del sexismo que tienen como objetivo fundamental identificar las actitudes sexistas

que sostienen la desigualdad de género. Un ejemplo de dichas escalas sería la del sexismo ambivalente (Ambivalent Sexism Inventory o ASI, Glick & Fiske, 1996). En la misma, que además cuenta con una versión en la que el sexismo hacia los hombres también es medido, se incluyen una serie de ítems que tratan de cuantificar cuán sexista es una persona y si además muestra una tendencia benevolente (por ejemplo, *las mujeres son más débiles que los hombres*) u hostil (por ejemplo, *las mujeres no deberían participar en espacios públicos*).

Por su parte, el neosexismo aparece como una nueva forma de sexismo tras la incorporación masiva de las mujeres al mundo laboral, político y social. Esta novedosa forma de discriminación permanece invisibilizada, como ocurre con el sexismo benévolo, y fomenta el mantenimiento del estatus tradicional de hombres y mujeres. Este concepto visibiliza el conflicto entre los valores igualitarios que se promueven en la sociedad occidental actual y los sentimientos residuales negativos hacia las mujeres. Las premisas que sostiene este concepto pueden resumirse en las siguientes (Swim, Aikin, Hall & Hunter, 1995):

- La discriminación hacia la mujer “ya no es un problema”.
- La mujer está presionando demasiado, lo que amenaza los intereses colectivos de los hombres.
- Muchos de los logros actuales de las mujeres son inmerecidos.

Profundizando más en las características que ofrece el neosexismo, también denominado neomachismo, se tomará como referencia a Menéndez (2012), que afirma que los medios de comunicación transmiten de manera naturalizada preceptos neo-

sexistas, los cuales están recogidos en la escala de medición de neosexismo que proponen Tougas, Brown, Beaton y Joly (1995):

- Cuestionamiento de la Ley Orgánica 1/2004 de 28 de diciembre de Medidas de protección Integral contra la Violencia de Género, por considerarla discriminatoria para los varones y por favorecer a las mujeres.
- Énfasis en la existencia de denuncias falsas de maltrato.
- Redefinición de la Violencia de Género como conflictos de pareja en los que ambas partes deben ser consideradas iguales y culpables, ya que las “mujeres maltratan tanto como los hombres”.
- Rechazo y ataque a expertas y activistas que promueven la igualdad de género.
- Otras que procuran justificar ciertas formas de violencia de género, tales como agresiones sexuales, atribuyendo a la mujer víctima la responsabilidad de lo sucedido.

La escala de neosexismo (NS, Tougas, Brown, Beaton & Joly, 1995) se define como una herramienta de medida del sexismo moderno. Ésta tiene una mayor utilidad predictiva para explorar las actitudes políticas, tales como medidas de acción positiva relacionadas con el género (Glick & Fiske, 1997). Mide un tipo de sexismo centrado en las relaciones laborales y políticas, mientras que la escala de sexismo ambivalente conjuga componentes del sexismo benevolente y del tradicional (Rodríguez, Lameiras, Carrera & Faílde, 2009).

C.2. La estrecha relación entre sexismo y violencias de género.

Swim y Hyers (2009) afirman que la violencia de género se constituye como una consecuencia directa del sexismo que afecta a los ámbitos personal, familiar y/o social de las mujeres. Al hablar de las diferentes manifestaciones que puede generar el sexismo, resulta fundamental introducir el concepto de *violencia de género*, pues tal y como corroboran diversos estudios realizados a nivel nacional e internacional existe una relación entre ambos conceptos, habiéndose confirmado que el sexismo puede constituirse como un predictor de la violencia de género explícita (Expósito & Moya, 2005; Forbes, Jobe, White, Bloesch & Adams-Curtis, 2005; Garaigordobil & Aliri, 2012; Moya, 2003). Los análisis realizados por Garaigordobil & Aliri (2012) confirmaron la correlación positiva entre sexismo (tanto hostil como benevolente) y la justificación de la violencia, por tanto, la consideración del sexismo como variable predictiva explicativa relevante de la violencia. Otras/os autoras/es como García-Leiva, Palacios, Torrico y Navarro (2009) también evidenciaron las relaciones directas existentes entre sexismo y violencia física y verbal hacia las mujeres. En este sentido, hay autores que demuestran que las creencias que conducen a la violencia se relacionan estrechamente con las creencias sexistas (Díaz-Aguado & Martínez-Arias, 2001). Gran parte de estos estudios han consensuado además, que un rol de género más tradicional, tanto en hombres como en mujeres, se relaciona con actitudes más favorables hacia los hombres que ejercen actos de agresión física, menor atribución de culpa a los agresores (Pavlov & Knowles, 2001) y mayor justificación de la violencia ejercida contra la mujer (Haj-Yahia & Uysal, 2008). Otros estudios han confirmado que el sexismo hostil correlaciona positivamente con actitudes proclives a la

violencia contra las mujeres, en concreto, se ha confirmado en una muestra de estudiantes universitarios que los hombres con mayor puntuación en sexismo hostil son más propensos a cometer agresiones verbales y coerción sexual hacia las mujeres (Forbes et al., 2005). Hasta este punto pareciera que únicamente el sexismo hostil es el componente que se relaciona de forma más estrecha con la violencia de género. Sin embargo, otros hallazgos evidencian que también una puntuación alta en el cuestionario de sexismo benevolente puede predecir actitudes propensas a ejercer violencia contra las mujeres (Sakalli, 2001).

Por tanto, y concluyendo con la justificación de la relación existente entre los conceptos sexismo y violencia de género explícita, cabe señalar que el sexismo hostil, la forma mas tradicional de sexismo, y la violencia de género, correlacionan positivamente (Moya & Lemus, 2007), quedando en este caso la violencia “justificada” tras el desafío que las mujeres llevan a cabo sobre el poder de los hombres. Igualmente, existe una relación entre sexismo benevolente y violencia de género:

Los estudios han mostrado que ambas clases de sexismo están relacionadas con la agresión hacia las mujeres, solo que esa agresión tiende a dirigirse hacia diferentes tipos de mujeres y que las razones que justifican la agresión son diferentes según se activen las creencias sexistas hostiles o las benévolas (Moya & Lemus, 2007, p.108-109).

La mayor parte de modelos que actualmente explican este fenómeno son multicausales, y coinciden en señalar que debe darse una convergencia de factores es-

pecíficos en el marco general de la desigualdad sexista entre mujeres y hombres (Expósito & Moya, 2005; Hesie & García-Moreno, 2003). Aunque la violencia de género es el resultado de una combinación de diversos factores socio-culturales e individuales, tiene su origen en las conductas sexistas que sostienen la desigualdad de género entre mujeres y hombres. Además, el sexismo no solo puede ser un predictor de la violencia de género, sino que también puede formar parte de ella en su vertiente más invisible: la violencia simbólica.

C.3. Violencia simbólica y violencias de género.

Tal y como se mencionó en el apartado correspondiente a la historia y evolución del feminismo, el reconocimiento de la violencia de género como una problemática real no comenzó a sucederse hasta prácticamente los años 70, en parte impulsado gracias al movimiento feminista de la época. “Por una parte, se trataba de deslegitimar la violencia contra las mujeres y por otra, de elaborar un nuevo marco de interpretación para este problema social” (Bosch, Ferrer & Alzamora, 2006, p.92). No sería hasta los 80 cuando el movimiento feminista comenzara a presionar a sus respectivos gobiernos para la reforma de la legislación en materia de violencia de género y el abastecimiento de recursos destinados a la atención de víctimas. Gracias a encuentros tales como la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación sobre la mujer de 1979, la Declaración de Naciones Unidas sobre la eliminación de la violencia contra la mujer de 1993, las resoluciones de la Conferencia internacional sobre la mujer de Beijing de 1995 y las primeras normativas europeas de prevención y atención de la violencia de género, así como las primeras organizaciones internacionales de lucha por la erradicación de esta problemática, se constitu-

yeron las bases para que se situara en el punto de mira de los gobiernos europeos. Así, la Organización de las Naciones Unidas (1993), reconoció finalmente la violencia de género como:

Todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la privada.

Este tipo de violencia recoge de forma específica las siguientes formas:

La violencia física, sexual y psicológica en la familia, incluidos los golpes, el abuso sexual de las niñas en el hogar, la violencia relacionada con la dote, la violación por el marido, la mutilación genital y otras prácticas tradicionales que atentan contra la mujer, la violencia ejercida por personas distintas del marido y la violencia relacionada con la explotación; la violencia física, sexual y psicológica al nivel de la comunidad en general, incluidas las violaciones, los abusos sexuales, el hostigamiento y la intimidación sexual en el trabajo, en instituciones educacionales y en otros ámbitos, el tráfico de mujeres y la prostitución forzada; y la violencia física, sexual y psicológica perpetrada o tolerada por el Estado, dondequiera que ocurra (ONU, 1993).

La violencia de género ha desembocado en “una conducta instrumental que introduce desigualdad en una relación interpersonal o mantiene una desigualdad subyacente y estructural, donde violencia y género se convierten en un binomio inseparable, al usarse la primera como mecanismo para conseguir influencia respecto al segundo” (Expósito, 2011, p.20). Otras definiciones ofrecen una aproximación al concepto, y que en el caso concreto de España se plasma en la Ley Orgánica 1/2004 de 28 de diciembre de Medidas de Protección Integral Contra la violencia de género, que enuncia en su artículo 1:

La presente Ley tiene por objeto actuar contra la violencia que, como manifestación de la discriminación, la situación de desigualdad y las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres, se ejerce sobre éstas por parte de quienes sean o hayan sido sus cónyuges o de quienes estén o hayan estado ligados a ellas por relaciones similares de afectividad, aun sin convivencia.

El planteamiento que ofrece este artículo vincula la violencia de género al ámbito de la relación de pareja o expareja, dejando de lado aquellas otras formas que se producen en el seno de la sociedad en general y que se concretarán posteriormente. El artículo 1.3 de la misma ley, señala que la violencia de género comprende todo acto de violencia física y psicológica, incluidas las agresiones a la libertad sexual, las amenazas, las coacciones o la privación arbitraria de libertad, si bien, y extrapolando

estas características al significado práctico del artículo 1, se refiere en todo caso a aquellas formas de violencia que se suceden en el marco de la relación sentimental.

A pesar de la tentativa de visibilización de la ley española sobre este problema como un fenómeno social, la ley 1/2004 deja al margen otras formas de violencia internacionalmente reconocidas como violencias de género, tales como el acoso sexual, los delitos contra la libertad sexual, la mutilación genital, o el tráfico de mujeres, entre otras (Bosch, Ferrer & Alzamora, 2006). En la figura 1 queda representada la diferencia conceptual que existe a la hora de penalizar la violencia de género en Europa y España, respectivamente.

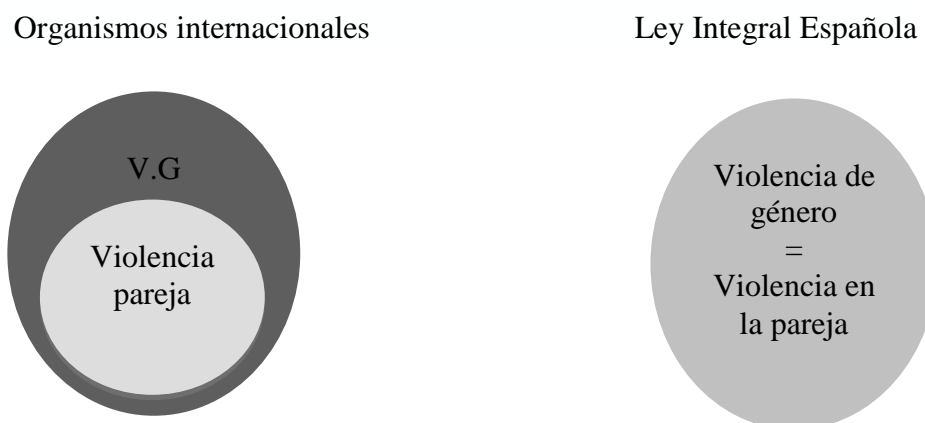


Figura 1: Consideración del concepto de violencia de género según organismo. Adaptada de Bosch, Ferrer y Alzamora (2006).

Por tanto, ampliar la denominación de este concepto, ya que las formas de violencia de género reconocidas por organismos internacionales son muy variadas y se reproducen en diferentes ámbitos de la vida cotidiana fuera de las relaciones de pareja, no estando sin embargo protegidas por la ley española algunos de los supuestos. Sanmartín, Molina & García (2003), establecen diferentes contextos y formas de violencia de género que se recogen en la tabla 1, si bien se ha añadido un nuevo contex-

to en el que las violencias de género han sido escasamente abordadas y que queda constituido por las redes sociales e internet.

Tabla 1
Violencias de Género y sus contextos.

| Violencia en la pareja | |
|--|-----------------------------------|
| Violencia en las relaciones de pareja o expareja, noviazgo. | |
| Violencias en la sociedad | |
| Agresiones sexuales Explotación y tráfico de mujeres | con fines sexuales y otros fines. |
| Violencia en el ámbito laboral | |
| Acoso sexual Mobbing/Bullying | |
| Violencia en los medios de comunicación | |
| <u>Explícita:</u> Pornografía, violencia física, representaciones de violación o esclavitud sexual, utilización de la mujer como objeto sexual. <u>Simbólica:</u> Estereotipos sexistas (imagen de mujer como ama de casa, vinculada a ciertas profesiones, etc.) | |
| Violencia Institucional (perpetrada o tolerada por el estado) | |
| Física, emocional, sexual. | |
| Violencia en las tradiciones culturales | |
| Mutilación genital, crímenes de dote. Matrimonios precoces, crímenes de honor Ejecuciones extrajudiciales Agresiones con ácido. | |
| Violencia en conflictos armados | |
| Violencia en las redes sociales e internet. | |

Adaptado de Donoso-Vázquez (2014) y Sanmartín, Moya y García (2003).

Fueron los movimientos feministas los que lograron evolucionar el concepto de violencia doméstica en España, vinculado exclusivamente al ámbito del hogar y de la pareja, para referirse a la hoy llamada violencia de género. Posteriormente, pero ya fuera del ámbito textual de la ley española, se introdujeron corrientes ideológicas

que incluyeron otros términos tales como *violencia patriarcal*, *violencia machista* o la ya mencionada *violencia de género* para englobar aquellas situaciones violentas, manifiestas o simbólicas, que pueden sufrir todas las mujeres por el hecho de serlo, no solo dentro del ámbito de la pareja, sino fuera de él. Por tanto, debe remarcarse que las violencias de género no se dan únicamente dentro de los hogares, ni son necesariamente explícitas, sino que también tienen lugar en todos los ámbitos sociales, entre los que se encuentran las redes sociales online, contexto de este trabajo de investigación, y que pueden llevarse a cabo de una manera invisibilizada, por lo que de la misma forma deberían encontrarse recogidas legalmente por la normativa española.

Partiendo de las definiciones expuestas que ofrecen tanto Organización de Naciones Unidas, como la de la Ley Integral contra la Violencia de Género española, se puede afirmar que las violencias de género cuentan con un carácter explícito, ya sea a nivel físico, psíquico o sexual. Sin embargo, no ahondan ni concretan en la denominada *violencia simbólica*, y que puede afectar a cualquier mujer en su día a día, dentro y fuera de su domicilio. La violencia, percibida no sólo como explícita, puede ser también invisible y se constituye como la raíz cultural de las sociedades (Manso & Silva, 2016). La experiencia de un orden social en el que las tareas se adjudican aún por sexos, están adquiridas bajo la forma de esquemas profundamente arraigados y difícilmente accesibles a la conciencia (Bourdieu, 1990). Esto hace que se encuentre normal o natural y evidente, el orden social tal y como existe actualmente. Las mujeres incorporan así las estructuras a través de las cuales se realiza la dominación que sufren por parte de los hombres, una sumisión inconsciente que se da en todas las víctimas de violencia simbólica. En palabras de Bourdieu (1990), los hombres

pueden realizar actos discriminatorios, excluyendo a las mujeres incluso sin intención de las posiciones de autoridad, reduciendo sus reivindicaciones a caprichos y ejerciendo sin apenas darse cuenta una forma de violencia simbólica contra aquellas. Bourdieu (2000) afirma que el orden social masculino está tan profundamente arraigado, que no requiere justificación. Es tomado como algo natural y biológico gracias al acuerdo no escrito que se obtiene por parte de las estructuras sociales y de las estructuras cognitivas inscritas en la mente de cada persona. Así, la dominación de género permite corroborar que la violencia simbólica se lleva a cabo a través de un acto de falso reconocimiento que no necesariamente se encuentra vinculado a los controles de la conciencia y la voluntad (Lamas, 1996). El concepto de violencia simbólica se sitúa como epicentro del análisis de la dominación de Pierre Bourdieu, que considera al mismo como fundamental para explicar fenómenos tan supuestamente dispares como la dominación personal en las sociedades tradicionales, la dominación de clase en las sociedades avanzadas o la dominación masculina en ambos tipos de sociedad. Bourdieu afirma en su obra que la dominación masculina y el modo en el que ha permanecido impuesto en la sociedad, se constituye como:

(...) el mejor ejemplo de violencia simbólica, violencia amortiguada e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento o, más exactamente del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término del sentimiento (Bourdieu, 2000, p.11-12).

No hay que olvidar su carácter invisible, que normaliza ciertas conductas discriminatorias y consigue restar importancia a muestras habituales de intimidación hacia las mujeres. En ocasiones, incluso, son las propias mujeres las que reproducen este tipo de conductas patriarcales, a pesar de ser las víctimas directas de las mismas. Este hecho remarca la importancia de retomar el análisis y denuncia de este tipo de situaciones, ya sean sexistas benevolentes, sexistas hostiles, neosexistas o micromachistas, pues éstas pueden constituir y de hecho constituyen la antesala de la violencia explícita contra las mujeres (Bonino, 1995; Manso & Silva; 2016). En palabras de Canterla (2002) “la violencia física sobre las mujeres es solo la punta del iceberg de la violencia simbólica que un sistema cultural elaborado por hombres ejerce sobre ellas” (p.27).

Existe una institucionalización de un complejo sistema de conceptos patriarcales como sistema cultural imperante, hecho que ejerce sobre la mujer una tipología de violencia no por simbólica menos destructiva (Canterla, 2002). En la figura 2 se recoge la información facilitada al respecto de los constructos influyentes en las violencias explícitas y simbólicas.

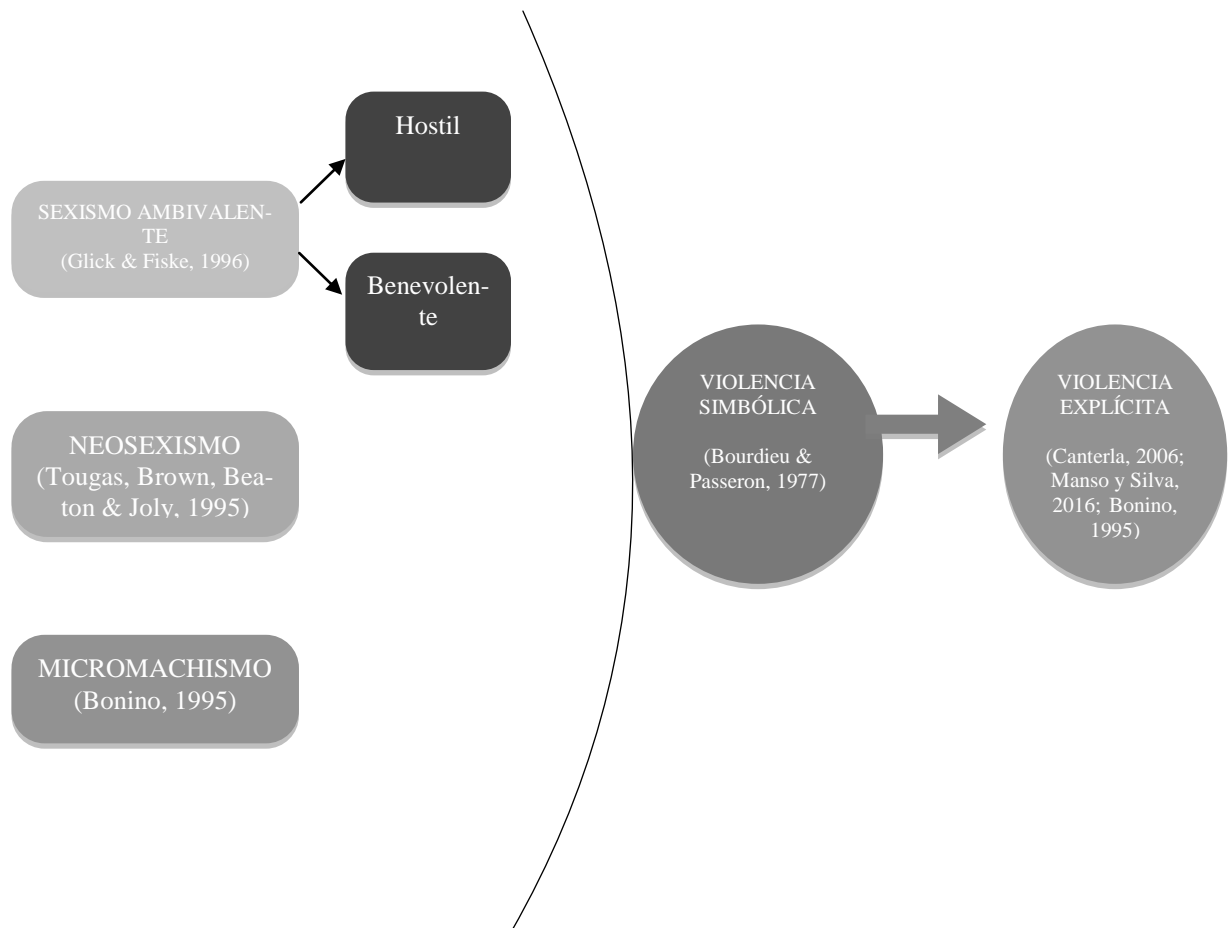


Figura 2: Constructos influyentes en la violencia simbólica y explícita

La violencia de género, ya sea física, psíquica, sexual o simbólica, constituye un enorme obstáculo para conseguir la igualdad entre mujeres y hombres, y se establece como uno de los mecanismos sociales por los que la mujer queda subordinada respecto al hombre, diluyendo las oportunidades de las que debe disponer ésta con respecto a la igualdad jurídica, social, política y económica en la sociedad. De esta afirmación se desprende ineludiblemente la necesidad de visibilizar, cuestionar y analizar las formas variadas en las que este tipo de violencia se transmite y sostiene, todo ello con el objetivo firme de erradicar paulatinamente la desigualdad entre mujeres y hombres. Por ello, y tal y como se ha justificado teóricamente de manera previa, este trabajo parte de la consideración de que las violencias de género engloban

todas aquellas situaciones violentas, manifiestas o simbólicas, que puede sufrir cualquier mujer y que es perpetrada por hombres, no solo dentro del ámbito de la pareja, sino fuera de él, por razón de su sexo. Estas englobarían, por tanto, no solo la violencia explícita y hostil ejercida contra las mujeres, sino todas aquellas formas de violencias simbólicas o microviolencias que parten de conductas sexistas, neosexistas o micromachistas y que pueden generar un perjuicio o situación injusta para las mujeres por el mero hecho de serlo.

C.4. Micromachismos como expresión de violencia simbólica.

Existe un concepto que trata de describir situaciones cotidianas de discriminación hacia las mujeres que suelen pasar desapercibidas como consecuencia de su institucionalización en la sociedad como algo “normal”, y que se denominan *micromachismos o microviolencias*. Tomando como referencia los postulados de Bourdieu cabe afirmar que los micromachismos se constituyen como una forma más de este tipo de violencia, cuyas especificidades se explicarán a continuación:

Este concepto ha venido de la mano de un contexto tecnológico en el que se ha visibilizado y transmitido: las redes sociales. Teniendo en cuenta el auge e influencia social que ha protagonizado este concepto de manera reciente en las mismas, resulta indispensable realizar una descripción detallada, aunque si bien Bonino ya lo analizó en el año 1996. Lo novedoso del concepto radica en el contexto en el que se ha reutilizado. El hecho de que este concepto se encuentre en pleno auge social, se debe a la utilización en las redes sociales en los dos últimos años. Un ejemplo de esta afirmación puede verse en la figura 3.



Figura 3: Micromachismos en Twitter (2014)

Se pueden definir los *micromachismos* o *microviolencias* como “prácticas de dominación y violencia masculina en la vida cotidiana” (Bonino, 1996, p.28). Comprenden un amplio abanico de maniobras interpersonales que impregnan los comportamientos masculinos en lo cotidiano. En la pareja “se manifiestan como formas de presión de baja intensidad más o menos sutil, con las que los varones intentan, en todos o en algunos ámbitos de la relación” (Bonino, 1996, p.29). Algunas de ellas son:

- Imponer y mantener el dominio y su supuesta superioridad sobre la mujer, objeto de la maniobra.
- Reafirmar o recuperar dicho dominio ante la mujer que se "rebela" de "su" lugar en el vínculo.
- Resistirse al aumento de poder personal o interpersonal de la mujer con la que se vincula, o aprovecharse de dichos poderes.
- Aprovecharse del "trabajo cuidador" de la mujer.

Fuera de la pareja, pueden percibirse como chistes o faltas de respeto supuestamente inocentes. Así, y según el mismo autor, se puede determinar que estas conductas sutiles pueden constituirse como pequeñas estrategias de control y *microviolencias* que atentan contra la autonomía personal de las mujeres y que suelen ser invisibles o, incluso, estar perfectamente legitimadas por el entorno social. Ocurre lo mismo en el caso del sexismo benevolente, que como ya vimos, traspasa las fronteras de lo “socialmente aceptado” y en muchos casos no solo no es rechazado, sino que además es visiblemente aceptado incluso por las propias mujeres, que actúan simultáneamente como víctimas y reproductoras.

Estos comportamientos son a su vez micro-abusos efectivos por el hecho de que el orden social imperante los ratifica, porque se ejercen reiteradamente hasta llevar a una disminución importante de la autonomía de las mujeres y porque muchas veces son tan sutiles que pasan inadvertidos para quien los padece y/o para quien los observa (Ferrer, Bosch, Ramis, Torrens & Navarro, 2008, p.6).

El concepto de *micromachismo* se encuentra universalmente aceptado y se relaciona estrechamente con formas invisibilizadas de violencia contra las mujeres (Corsi, 1995; Bosch & Ferrer, 2012; Corsi & Peyrú, 2003; Ruiz- Jarabo & Blanco, 2005). Bonino (1996) establece una clasificación de los tipos de *micromachismos* que pueden darse, señalando los siguientes:

- En el caso de los micromachismos *coercitivos o directos*, se habla de aquellos en los que el hombre utiliza su fuerza psíquica, económica o de su personalidad, para intentar convencer y/o doblegar a una mujer. Según el autor, provocan posteriormente un sentimiento de derrota en la mujer al darse cuenta de la pérdida o falta de fuerza para defender sus propias decisiones y que suele generar inhibición y desconfianza en sí mismas. Puede verse un resumen en la figura 4.

- Los micromachismos *encubiertos o indirectos* hacen referencia a aquellos en los que el hombre oculta cuál es el objetivo de dominio. Pueden ser incluso más efectivas que las anteriores, al tratarse de formas mucho más sutiles. El hombre lleva a la mujer por la dirección elegida, promoviendo su confianza, y finalmente a un sentimiento de desvalimiento, confusión y falta de autoestima. Puede verse un resumen en la figura 5.

- Para concluir con la clasificación, caben destacar los micromachismos *de crisis*, que intentan promover la primacía del poder del hombre tras un acontecimiento vital en el que la mujer ha tenido mayor poder personal. Puede verse un resumen en la figura 6.

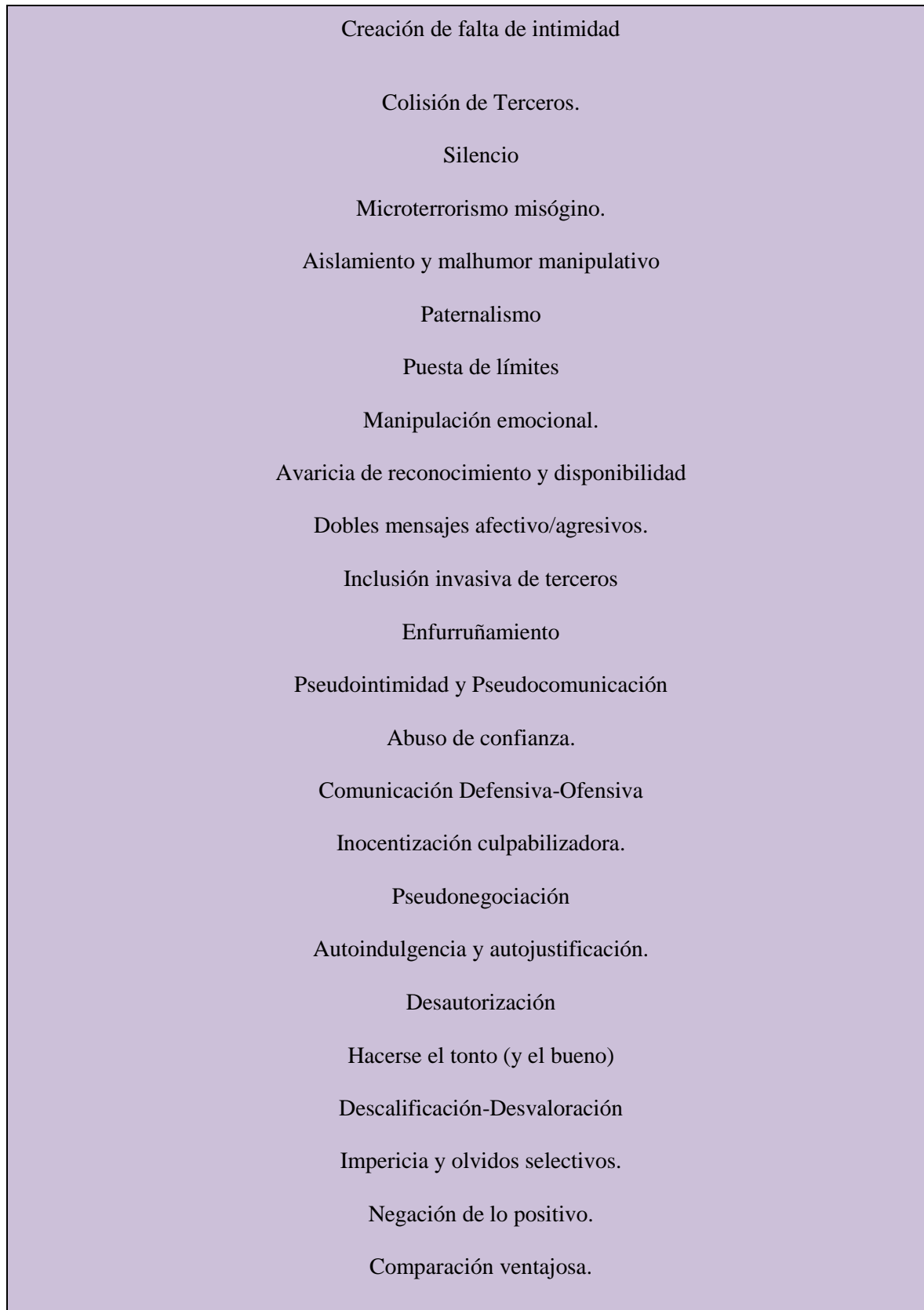


Figura 4: Micromachismos encubiertos. Adaptada de Bonino (2005, p.98-100).

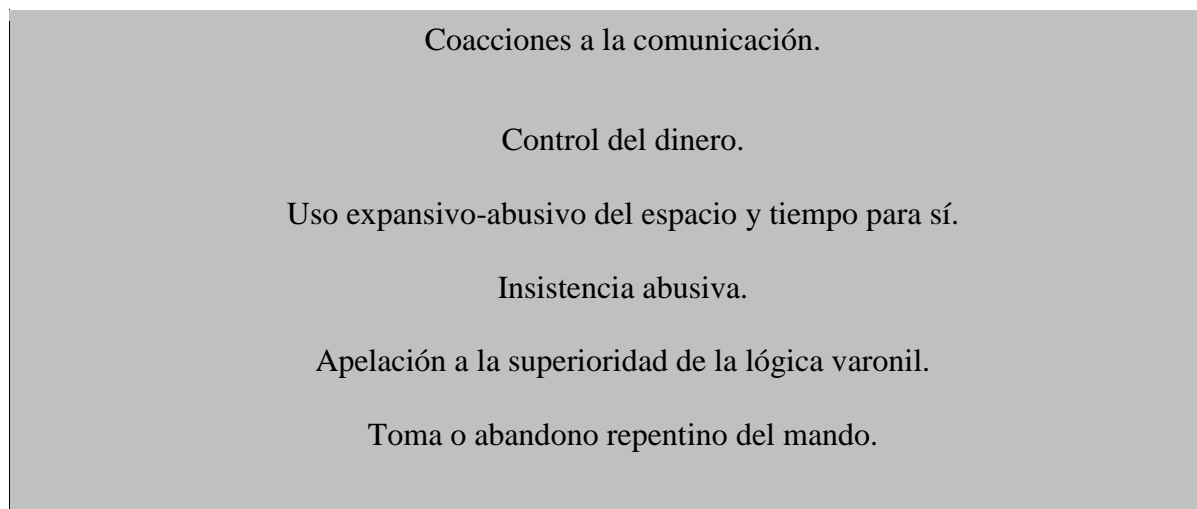


Figura 5: Micromachismos coercitivos. Adaptada de Bonino (2005, p.98-100).

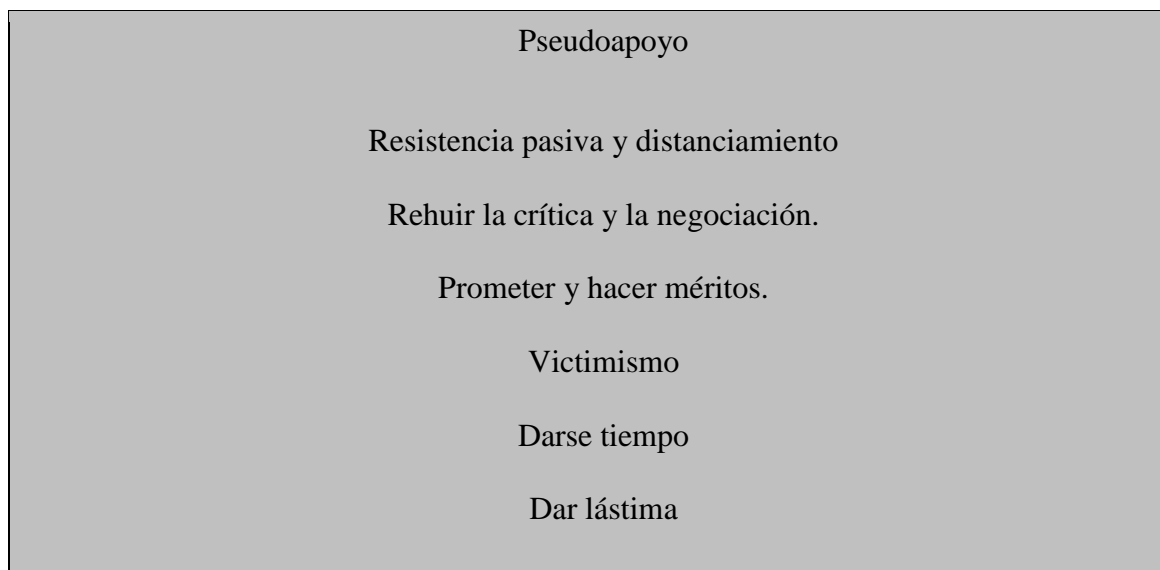


Figura 6: micromachismos de crisis. Adaptada de Bonino (2005, p.98-100).

Los *micromachismos* pueden tener numerosos efectos, tanto sobre los hombres como sobre las mujeres. La efectividad de las maniobras llevadas a cabo por el hombre sumada a la falta de autoafirmación de la mujer, conforman un tándem con efectos negativos para ésta, tales como (Bonino, 1996):

- Agotamiento de reservas emocionales, con actitud defensiva y sentimiento de derrota.
- Deterioro de autoestima, inseguridad.
- Disminución de poder personal y parálisis de desarrollo personal.
- Malestar difuso, irritabilidad crónica y hartazgo de relación.

Concluído el análisis de una de las manifestaciones de las violencias simbólicas que se ejerce sobre las mujeres, se analiza en el siguiente epígrafe cuál es o debe ser el papel que las y los trabajadoras/es sociales al respecto de la denuncia y visibilización de este tipo de manifestaciones, y de la búsqueda de soluciones y alternativas de intervención eficaces.

D. El papel del Trabajo Social ante el sexismo y la desigualdad de género: hacia la redefinición del Trabajo Social feminista.

La sociedad española ha visto modificada en las últimas décadas su visión sobre las mujeres, habiéndose visto afectados diversos ámbitos de la vida tales como el laboral, político, educativo o cultural. Sin embargo, a pesar de las numerosas variaciones acaecidas tras la llegada de la democracia en España, la insuficiencia de estos cambios constituye un hecho palpable. Subirats (2001) afirma que no existe acuerdo con respecto a la magnitud real de estas modificaciones, en cuanto a los beneficios que para las mujeres representa. A pesar de la incorporación de dichos cambios, sigue existiendo un amplio elenco de muestras discriminatorias explícitas y encubiertas que permanecen ocultas tras la cortina de lo cotidiano y que una vez depuradas

las muestras más hostiles de sexismo, y contextualizadas en una supuesta igualdad formal y legal, permiten la persistencia de conductas sexistas naturalizadas (Colmenares, 2000). Es en este contexto todavía desigualitario en el que el Trabajo social feminista se constituye como disciplina transformadora imprescindible.

Este trabajo de investigación parte de la necesidad de retomar la perspectiva crítica del Trabajo Social con el fin de facilitar la interpretación de las experiencias y vivencias de las mujeres como producto de la estructura social. El Trabajo Social crítico se define como el entendimiento de la posición de las/os oprimidas/os según el contexto y la estructura en la que viven (Healy, 2001). El Trabajo Social feminista debe ser entendido como un modelo que emana de dicho posicionamiento crítico, cuyo fin último debe ser la transformación social de las mujeres y la desestabilización de las ortodoxias que se han ido convirtiendo en características indiscutidas e injustas de la sociedad (Healy, 2001). El Trabajo social actual ha visto cómo las funciones de los y las trabajadores/as sociales se han visto simplificadas y reconvertidas en la mera gestión asistencial, dando por válidas las estructuras imperantes y promoviendo indirectamente la desigualdad que éstas generan para las mujeres. El Trabajo Social feminista debe centrarse en el análisis de la estructura patriarcal establecida y de la opresión de las mujeres, proponiendo prácticas tendentes al cuestionamiento de las mismas, a la promoción de la igualdad y a resaltar las voces que no son escuchadas (Healy, 2001). La necesidad de retomar un mayor radicalismo en el trabajo que se realiza desde las instituciones, insistiendo en explotar el potencial de las comunidades para el cambio de las estructuras, debe ser primordial para desenmascarar realidades injustas (Ferguson, 2009).

Aunque las aportaciones del Trabajo Social feminista se incorporaron a las Ciencias Sociales durante la década de los 80, siendo en el caso del Trabajo Social aún más tardío (Correa, 2009), su influencia crítica aportó una nueva vía de análisis aplicable a los tres pilares básicos de nuestra profesión: social, profesional y disciplinar (Richmond, 1995). Sin embargo, aunque han existido iniciativas para incorporar la perspectiva de género en el desarrollo del Trabajo Social, tanto a nivel profesional como disciplinario, todavía no se puede afirmar que exista una interiorización plena que permita remover los obstáculos a los que las trabajadoras sociales y las mujeres para las que trabajan se enfrentan a diario (Fernández-Montaña, 2015). Aunque el Trabajo Social feminista cuenta con capacidad para afrontar los retos sociales que se presentan en materia de desigualdad de género, éstos no están siendo adecuadamente integrados en una disciplina encorsetada en las instituciones del sistema patriarcal (Fernández-Montaña, 2015). El Trabajo Social ha incorporado tradicionalmente a la mujer como un colectivo de intervención, haya sido como consecuencia de las dificultades que se hayan producido dentro del núcleo familiar como por situaciones de violencia de género o en relación a necesidades de la propia familia y sus ascendientes o descendientes. Si bien, las y los profesionales del Trabajo Social, aunque tradicionalmente mujeres, no han explorado con detenimiento las relaciones de poder subyacentes a la configuración de la familia, que sin embargo pueden plantearse como el origen de diversas necesidades de la mujer (Dominelli, 2002). Las intervenciones realizadas en este sentido se han basado generalmente en conceptos psicológicos que han localizado problemas dentro del individuo o de su contexto familiar, considerándose disfuncional el hecho de que las personas involucradas no se adhieran a los estereotipos de roles sexuales propuestos por sus teorías (Minuchin, 1974). Bien es cierto que las trabajadoras sociales han cumplido de manera tradicional sus fun-

ciones concretas dentro de un contexto específico y que por tanto se ha planteado la necesidad de reconocer los problemas privados de las/os usuarias/os como problemas sociales, así como de abarcar posturas anti-opresivas (Dominelli & MacLeod, 1999). Asimismo, el feminismo en Trabajo Social se ha venido concentrando en las áreas relacionadas con la violencia sexual y de género (Featherstone, 2001), tanto en su prevención como en su tratamiento, y no tanto en su origen estructural. Sin embargo, las relaciones sociales desigualitarias y las muestras sexistas no deben ser únicamente sometidas a escrutinio, sino también transformadas hacia un marco igualitario, y éste es el punto de partida de la necesidad de redefinición de nuestra profesión: las/os trabajadoras/es sociales deben visibilizar de manera efectiva los elementos desigualitarios y transformar las estructuras que los sostienen, adentrándose en la investigación y la denuncia de los discursos y las instituciones que sostienen la injusticia social. La necesidad de que el Trabajo Social analice el sexismo y la violencia, explícita o simbólica, ejercida contra las mujeres responde a las siguientes premisas (Stout & McPhail, 1998):

- a) *El Trabajo Social necesita visibilizar y analizar en profundidad las formas diarias en las que la violencia se ejerce sobre las mujeres.*
- b) *Dichas experiencias deben ser contextualizadas desde el poder y el control estructural imperante de los hombres y no como carencias personales (p.3).*

La redefinición de los problemas sociales de las mujeres se constituye como una de las áreas en las que puede contribuir el feminismo al Trabajo Social, analizando las relaciones de género y su transformación y apostando por una redefinición

que insista en este sentido y que permita ampliar nuestro campo más allá de la intervención social “pura”. Además:

Indagar sobre las formas en que los mensajes de la cultura de masas contribuyen a la difusión a gran escala de los estereotipos de género asimétricos y desiguales constituye una tarea esencial en el afán por ir edificando la construcción de identidades femeninas y masculinas que favorezcan tanto el derecho a la diferencia sexual entre mujeres y hombres como la igualdad de derechos y deberes entre ellos (Lomas, 2005, p.275-276).

El papel de las y los profesionales del Trabajo Social debe responder a las necesidades reales de la mujer para mejorar su bienestar mediante la comprensión de la opresión de género socialmente estructurada y apostar por la promoción de los derechos humanos, la justicia social y la igualdad de oportunidades (Dominelli, 2002; Vigo & Murga, 2008). Las y los profesionales del Trabajo Social, a pesar de suscribir una teoría y práctica que respalda el igualitarismo, pueden apoyar de manera involuntaria las relaciones sociales y las estructuras sociales opresivas (Dominelli, 2002). Al igual que ocurre con algunas posturas seguidas socialmente, existen sectores de población y también profesionales que argumentan que las mujeres ya han alcanzado la igualdad, rechazando así la existencia de una estructura desigualitaria para las mujeres, que limita su acceso a determinadas esferas, tales como la laboral.

Por todo ello, la necesidad de visibilizar los discursos sexistas en todas sus vertientes se convierte en un requerimiento insalvable para las y los profesionales del

Trabajo Social de hoy, como medida necesaria para transformar una estructura arraigada que pretende permanecer oculta bajo el aspecto de una falsa igualdad conseguida entre mujeres y hombres (Lameiras, 2004). Es igualmente necesario continuar profundizando en la línea investigadora feminista que aumente el conocimiento en aquellas áreas que hagan visibles a las mujeres y a sus vidas (Davis & Srinivasan, 1994; Harding, 2004). Explorar ciertas realidades que se articulan en torno a la desigualdad de género, produciéndola y perpetuándola, ha sido en su mayoría objeto de diferentes disciplinas, tales como la Sociología o la Psicología Social, y no directamente del Trabajo Social, cuestión en la que debe poner énfasis el Trabajo Social feminista, de manera que trabajadoras y trabajadores sociales comiencen a investigar en profundidad aquellas cuestiones sociales que articulan esta problemática. Es también desde el Trabajo Social, sobre la base de sus principios inspiradores de lucha por la igualdad y la justicia social, desde donde, una vez identificada la dimensión de los fenómenos y sus problemáticas, se deben aportar soluciones de empoderamiento y formas de intervención que efectivamente colaboren en la transformación de las estructuras y discursos sociales patriarcales arraigados por la igualdad real y efectiva de mujeres y hombres.

Capítulo II. Redes Sociales y Twitter.

A. Internet, redes sociales, y auto-comunicación de masas.

La sociedad actual se está viendo influenciada de forma incuestionable por el impacto que ha tenido la intromisión de las redes sociales en su vida. Actualmente, tanto los llamados nativos como los inmigrantes digitales, somos usuarios habituales de ellas, algo que se ha visto facilitado enormemente por la implantación de los dispositivos móviles smartphones, que nos permiten mantener conexión a internet 24 horas al día en cualquier lugar. El mero hecho de mantenernos parte del día conectados a ellas, da lugar a un cruce constante de información, actitudes y sentimientos que repercuten, no solo en la forma de comunicarnos, sino también en la de relacionarnos, en la de transmitir valores, comportamientos, prejuicios o idearios. Estar conectado da lugar inevitablemente a una dinámica de elección y toma de posición frente a los valores, modelos, estereotipos, estilos de vida, etc. que surgen de la propia interacción en el contexto social habitual y que reclama un posicionamiento al respecto (Peña, 2011). Afecta directamente sobre la forma de socializarnos al constituirse en sí mismo en un agente de ello.

Como consecuencia del dinamismo relacional que facilitan, las redes sociales constituyen y constituirán un papel aún mayor en la construcción de significados sociales y culturales, puesto que han sido acogidos plenamente por el contexto cultural en los países desarrollados (Peña, 2011). A esto hay que añadir que las redes sociales son medios idóneos para el aprendizaje social de una sociedad, donde los/as usuarios/as están continuamente expuestos/as y donde la influencia social es espontánea y accidental (Nabel, 2015).

Nos encontramos en un momento histórico en el que la tecnología afecta transversalmente a las personas, y en el que la hiperconectividad ya es legítima, constituyéndose como una tendencia progresiva que afecta a la mayor parte de la sociedad occidental. La tecnología y sus elementos han dado lugar a un escenario en el que el consumo de contenidos y datos es masivo, y la población puede consumirlos in situ, de manera continuada y a través de una interacción potencialmente permanente (Berzosa, 2016).

Internet y las redes sociales se han convertido en un campo de interacción en el que los actores ponen en entredicho los tradicionales paradigmas explicativos de la comunicación. Se ha pasado de una comunicación bidireccional a otra caracterizada por personas que pueden emitir un mensaje para que lo vea un usuario, pero también para que lo vean cientos de ellos, o ninguno, ahora o en el momento futuro que cada uno/a elija. Se rompe de esta forma la previsibilidad del esquema espacio/tiempo. Los cambios en este ecosistema mediático se vinculan al hecho de que se pueden integrar en el mismo marco cognitivo diversas formas de comunicación multidireccional, en la que el público evoluciona desde la consideración tradicional de la audiencia como receptora pasiva, hasta la de usuario activo con capacidad para interactuar e intercambiar y emitir (López, 2005). Estas modificaciones en el paradigma de la comunicación tradicional se traducen en que los públicos y audiencias tienen palabra, actúan y conviven en el ciberespacio, seleccionando sus propios medios y desarrollando sus propios contenidos (Álvarez & Botero, 2015). Se integran varios nodos de comunicación en una red interactiva que fusiona en el sistema, por primera vez en la historia, las modalidades escrita, oral y audiovisual de la comunicación humana (Castells, 2011). De ahí surge el concepto de un mundo líquido (Bauman, 2006), entendiendo la época actual como un tiempo en el que las cosas fluyen de una forma li-

gera y donde las estructuras verticales dejan paso a la comunicación horizontal, donde cada usuario/a va marcando su propio devenir. El modelo de comunicación ya no es vertical, sino que se constituye por nodos donde se concentra la información a efectos técnicos, pero que desde el punto de vista comunicacional, cualquiera puede ser el centro de la red y cualquiera puede ser un referente para otros en cuestiones varias, desde las más banales a las más serias. Vivimos cosas en ellas incluso cuando no estamos conectados, y esto se debe a la interacción compleja de los imaginarios, estilos de vida y redes sociales (Álvarez & Botero, 2015).

Nos encontramos sumidos, por tanto, en un proceso de digitalización positiva de la comunicación que puede explicarse con la recuperación del poder del control social de la ciudadanía (Llorca, 2005). De hecho, los números nos proporcionan evidencia sobre el imparable desarrollo de las tecnologías y las redes sociales, así como de los/as usuarios/as que hacen uso de ello.

Existen otras teorías explicativas que tratan de describir el actual proceso comunicativo, tales como la *agenda Setting* (Rubio, 2014). Esta teoría, formalmente desarrollada en 1972 por Mc Combs y Shaw, se postulaba sobre la idea de que los medios de comunicación al seleccionar temas que incluyen y omiten en su agenda, ejercen gran influencia sobre el público y su capacidad de opinar. La adaptación de esta teoría al entorno digital la llevan a cabo por Vu, Guo y Mc Combs (2014), afirmando que son los nuevos medios sociales los que marcan la agenda temática de la opinión pública.

Es importante señalar otro elemento que influye directamente en el cambio de paradigma comunicativo y que es el efecto multiplicador del que dispone la información que se transmite en redes sociales e internet.

La progresión del mensaje es potencialmente viral (...), no se trata de una progresión aritmética ni geométrica. En redes sociales dos más dos no son cuatro. Pueden ser cincuenta y cuatro. Para entender este hecho aplicado a Twitter, hay que visualizar una bomba de racimo. El mensaje es emitido y cae, de llena de golpe a veintitrés. Pero estos veintitrés tienen seguidores, y estos a su vez seguidores, y el mensaje se esparce a gran velocidad. Y de repente, cae en alguien con un millón de seguidores, y entonces, el mensaje vuela (Berzosa, 2016, p.47).

Por tanto, los paradigmas de la comunicación tradicionales quedaron atrás, junto a la sociedad de masas (Álvarez & Botero, 2015), y se ha dado paso a la auto-comunicación de masas, que se define de la siguiente forma:

Un sistema en el que un mensaje unidireccional, con escasa interactividad, se emite de uno para muchos, usualmente en tiempos programados y sin contexto reflexivo. En la auto-comunicación de masas, ejemplificada por internet y las redes móviles, el sistema de mensajes es múltiple, de muchos a muchos, multimodal, con la posibilidad de continua referencia a un repositorio hipertextual de contenidos, en tiempo libremente escogido y con interactividad como norma: los sujetos pueden construir sus propias redes de comunicación, es decir: auto-comunicar (Castells, 2009, p.2).

Los nuevos líderes de opinión y las nuevas tendencias influyen sobre el resto de usuarios/as que se encuentran en la red (Castells, 2009). De ahí la importancia de analizar los contenidos y discursos que se transmiten en las redes sociales, concretamente en Twitter, ya que se constituyen en sí mismas como un caldo de cultivo para el aprendizaje y transmisión de discursos sociales que representan a parte de la sociedad en la que vivimos, y que sin duda incluyen prejuicios, estereotipos y en muchos casos manifestaciones ofensivas y/o violentas que perpetúan y naturalizan ciertas desigualdades sociales.

B. Aproximación a las redes sociales.

Una red social es una estructura social formada por personas o entidades, que se mantienen conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. A través de ellas se han venido estructurando históricamente las relaciones personales en cada sociedad. En concreto, según la *teoría de grafos* (Czumaj, Heide, Jnasen & Schiermeyer, 2006), que se explicará con mayor detalle en el siguiente epígrafe, las redes sociales están compuestas por personas (o nodos) y por las relaciones que se dan entre ellas (aristas), componiendo vínculos que relacionan a cada una de esas personas o nodos. Un hecho relevante que se da en las redes sociales es que cada persona ocupa un lugar dentro de dicha red. Cada nodo, por tanto, puede estar ubicado en el centro o la periferia de la red. La posición que se ocupa en una u otra depende de la capacidad de influencia de cada persona sobre los otros.

Las redes sociales operan como un sistema sináptico (Orihuela, 2011) que facilita la organización de sus participantes y la hiperconectividad, y que permite construir conglomerados de relaciones y descubrir patrones comunes de pensamiento

(Negroponte, 1995). Cuentan con una serie de cualidades que determinan qué tipo de relaciones se establecen en su seno y que se definen de la siguiente forma (Mitchell, 1969):

- Contenido: lo que fluye por la red, que puede ser material o inmaterial.
- Direccionalidad de la interacción: cuando dos sujetos o nodos están conectados e interactúan, dan lugar a un tipo de interacción simétrica o asimétrica. Es decir, puede haber o no correspondencia proporcional entre lo que se recibe y se aporta. Si ésta interacción no es recíproca, la relación está desequilibrada.
- Duración: período de vida de la red.
- Intensidad: grado de implicación de los nodos.
- Frecuencia: grado de repetición del contacto entre nodos.
- Transitividad: Si el nodo 1 conoce al 2, y éste a su vez al 3, que a su vez conoce al 1, podríamos afirmar que nos hallamos ante una relación transitiva.

Con la llegada de la Web 2.0, el concepto de red tradicional evoluciona, así como las formas de comunicación, adoptando nuevas características de colaboración y participación sin precedentes, marcadas por las siguientes dimensiones:

Red social es un término que ha sido socialmente construido de manera reciente al menos desde dos dimensiones: 1) Como categoría de análisis socio-relacional y 2) Para referirse al conjunto de herramientas informáticas en línea que permiten la administración de contactos (entre las que destacan por su popularidad actual Facebook y Twitter) (Pérez & Aguilar, 2012,

p.2).

La participación de las/os usuarias/os en la red ha sido consecuencia del nacimiento de la web 2.0 en el año 2004 (Congosto, 2014). Hasta ese momento, existían webs personales o profesionales y blogs, pero no redes articuladas en las que los/as usuarios/as pudieran interactuar de una forma directa. El nacimiento de las redes sociales tuvo lugar en 2003 con LinkedIn, 2005 con Facebook y 2006 con Twitter, sin embargo, el boom de la participación en las mismas no se desarrolló hasta aproximadamente el año 2009 (Congosto, 2014). Las redes sociales, entendidas desde la dimensión tecnológica, se definen como un “conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos” (Christakis, 2010, p.27). De manera más extensa, cabe caracterizarlas como un conjunto de nodos interconectados formando una estructura social de individuos o instituciones organizada culturalmente con un propósito común, que puede ser solidario o no (Del Fresno, 2011). En otras palabras, las redes sociales son estructuras sociales compuestas por personas que comparten intereses comunes o relaciones en el entorno online, donde se encuentran socialmente en tiempo real y exponen sus gustos o tendencias personales.

Se plantean, además, una serie de reglas que definen el comportamiento general de las redes sociales online (Christakis & Fowler, 2010):

- Nosotros damos forma a nuestra red.
- Nuestra red nos da forma a nosotros.
- Nuestros amigos nos influyen.
- Los amigos de nuestros amigos también nos influyen.

- La red tiene vida propia.

Gladwell (2002), añade otra serie de características de las redes sociales, que introduce los conceptos de contagio y viralidad:

- Las conductas que se dan en las redes sociales se contagian.
- Se cumple la *ley de pocos*, pues no siempre la interacción es mutua.
- Los pequeños cambios producen grandes efectos.
- El tipo de nodos que intervienen en las relaciones influyen en la velocidad de propagación, así como el tipo de información transmitida.

Las redes sociales aportan tres características nuevas al respecto de los métodos tradicionales de publicación de post online. En primer lugar, la fragmentación de los mensajes, que son más cortos y espaciados en el tiempo. En segundo lugar, la dedicación intermitente de los/as autores/as, que utilizan espacios de su tiempo libre para ello. Y en tercer lugar, la propagación de los mensajes, en cuanto a la gran capacidad de difusión con la que cuentan. Además, las/os usuarias/os de las mismas no se limitan a leer los contenidos de forma pasiva, sino que se convierten en entes dinamizadores, al compartir sus lecturas con otros contactos de su red y facilitan su propagación (Congosto, 2014). Constituyen una fuente de información infinita al servicio de las y los investigadoras/es, disponiendo de aplicaciones con las que extraer y grabar datos.

Las conexiones del mundo virtual superan con creces las conexiones en persona, habiendo incluso llegado a oscurecer las relaciones reales (Christakis & Fowler, 2010). Esta afirmación puede avalarse con los resultados obtenidos en el informe realizado en 2016 por la Online Business School, que analiza las tendencias de uso y participación en redes sociales de los/as usuarios/as. Según éste, y ciñéndonos al caso de España, el país cuenta con una población online de 23 millones de personas, casi un 50% de la población total. Además, el 73% de esta población, 17 millones de personas, utilizan activamente las redes sociales, tanto para comunicarse con los demás, como para mantenerse informados de noticias, novedades o marcas comerciales. Reseñable igualmente el hecho de que el segmento de edad que más utiliza las redes oscila entre los 25 y 34 años de edad, que es donde se concentra el mayor número de usuarias/os activas/os en redes sociales.

C. Teoría de redes sociales.

Las redes sociales son, desde hace décadas, objeto de estudio de numerosas disciplinas. Alrededor de ellas se han generado teorías de diverso tipo que han tratado de explicar su funcionamiento y han servido, además, de base para su desarrollo virtual: la teoría de redes sociales.

La teoría de las Redes Sociales constituye un conjunto relativamente heterogéneo de perspectivas y enfoques conceptuales, elaborado en torno a un asunto que ha sido abordado desde diversas disciplinas, y que está dado por las relaciones que en varios niveles se establecen entre los actores sociales, así como la influencia que dicha estructura relacional tiene en las percep-

ciones, cogniciones e incluso en las acciones de dichos sujetos al interior de las redes a las que pertenecen (Pérez & Aguilar, 2010, p.3-4).

El concepto de red social tiene su origen en la década de los 50, cuando Katz y Lazarsfeld (1955) propusieron la *teoría de los dos pasos* como referente para el análisis y la comprensión del funcionamiento de las redes personales existentes en la época. Según la misma, existía una minoría de líderes de opinión que actuaban como intermediarios influyentes entre los medios de comunicación y la población en general. Puede visualizarse la representación gráfica de esta idea en la figura 7.

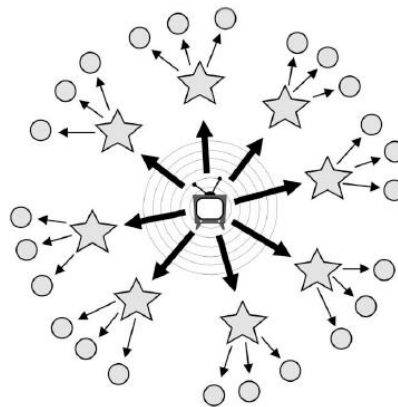


Figura 7. Hipótesis de los dos pasos (Watts & Dodds, 2007, p.441)

Sin embargo, la complejización de las redes personales y su evolución a redes sociales online, dieron lugar a diversas propuestas y teorías que permitieron analizar el nuevo comportamiento de aquellas, tal como la *hipótesis de la influencia* (Watts & Dodds, 2007). En concreto, la información y la influencia dejaron de estar dirigidas de manera unidireccional (de agente influyente a agente influenciado), y pasó a transmitirse multidireccionalmente, tal y como se representa en la figura 8. En este

sentido, Watts & Dodds (2007) propusieron que los cambios sociales no suelen estar impulsados por nodos influyentes, sino por individuos fácilmente influenciables, que a su vez influyen en otros fácilmente influenciables.

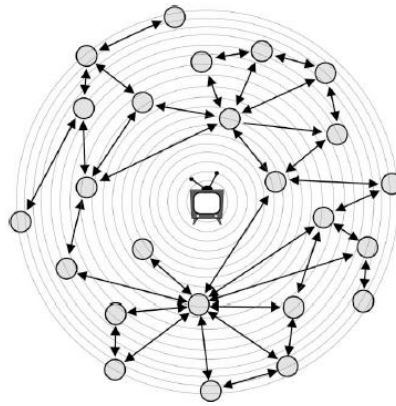


Figura 8. Modelo de influencia (Watts & Dodds, 2007, p.444)

Una de las teorías más antiguas, que trata de explicar el funcionamiento de las redes sociales, es la *teoría de grafos*. El origen de ésta se sitúa en el siglo XVIII, momento histórico en el que en la ciudad de Koningsberg plantea un problema sobre cómo conectar todos puentes existentes en la misma pasando una única vez por todos ellos. La solución hallada por Leonhard Euler (1736), y que plasmó en su obra *La solución de un problema relativo a la geometría de la posición*, es considerada hoy el primer referente directo de la teoría de grafos. Ésta pertenece al campo de estudio de las matemáticas y la informática, y estudia las propiedades de los grafos que conforman las relaciones entre nodos. Parte de la idea de que cada grafo consta de dos elementos básicos, por un lado el conjunto de vértices o nodos, y por otro el conjunto de aristas o líneas. El vértice está compuesto por los nodos con los que se forman los grafos. Las aristas, describen la relación que tienen dos vértices de un grafo. Éstas se representan como una línea que une a dos vértices. En ello influye directamente un concepto denominado centralidad. La centralidad se constituye como una caracterís-

tica fundamental de las redes sociales que afecta directamente a cada nodo y cuya importancia reside en la capacidad de cada nodo para proliferar la información que se transmite en la red. Sus componentes fundamentales son los siguientes (Molina, Quiroga, Martí, Jariego & De Federico, 2006):

- Grado nodal: número de lazos con los que cuenta cada persona o nodo.
- Grado de intermediación: frecuencia con la que un nodo actúa como intermediario entre dos nodos (efecto puente).
- Grado de cercanía: posición de un nodo con respecto al resto de nodos en la red. En otras palabras, el tiempo que transcurre desde que un nodo emite un mensaje hasta que llega a otro nodo.

A mayor centralidad, mayor influencia, y viceversa. En la figura 9 puede verse un ejemplo de estructura de red social mediante su representación a través de un grafo. Cada círculo representa a una persona o nodo, y cada arista o línea una relación o amistad online. Cada uno de los nodos representados cuenta con diferentes grados de conexión y centralidad. El nodo A tiene seis amigos o nodos, y por tanto cuenta con mayor centralidad que los nodos B y C, que solo tienen cuatro amigos o nodos. El nodo B representa una mayor transitividad que A o C, al contar sus amigos o nodos con una mayor conexión mutua, que se traduce en el hecho de que “se conocen unos a otros”. Una alta transitividad suele enmarcar relaciones muy incrustadas en un solo grupo, y por el contrario, una baja transitividad provoca que personas de varios grupos, que no se conocen entre sí, interactúen funcionando como puentes (Christakis & Fowler, 2010).

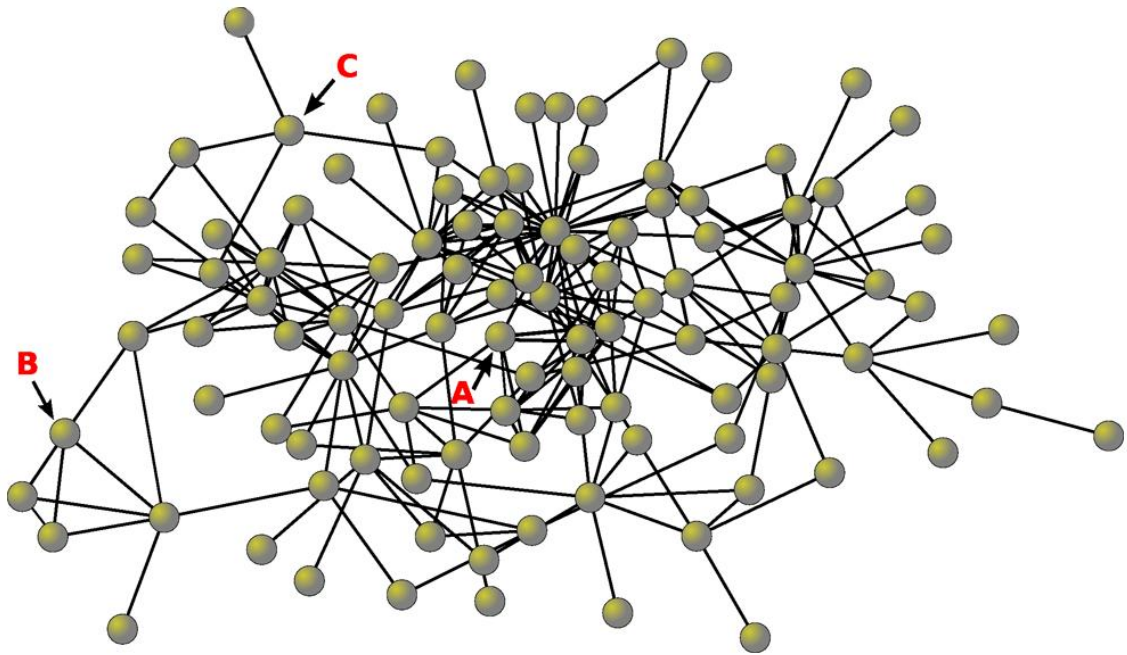


Figura 9: Grafo de estructura de red (Christakis & Fowler, 2010)

Otra de las teorías que cabe señalar es la *teoría de los seis grados de separación*. La misma se constituye como un hito de las redes sociales en Internet. Fue inicialmente propuesta por el escritor Karinthy (1929) y sostiene que es posible acceder a cualquier persona del planeta en sólo seis "saltos". Plantea, por tanto, que las todas las personas del mundo estamos relacionadas unas con otras a través de un máximo de cinco intermediarios. Se basa en la idea de que el grupo de conocidos crece exponencialmente con los enlaces en cadena. Poco tiempo después, Milgram, en 1967, realizó el experimento del *mundo pequeño* con la intención de demostrar dicha teoría, y envió una postal a un amigo para que, a través de su red de contactos, llegara a finalmente a otro destinatario del que sólo sabían su nombre y localización. Milgram confirmó que tan solo eran necesarias entre cinco y siete personas conectoras para poder contactar con esa persona desconocida.

Con la aparición de Internet y las redes sociales on-line, la teoría de Milgram intentó ser adaptada a la nueva realidad tecnológica. Por ello, Watts y Dodds (2007), intentaron probar la teoría de nuevo, en este caso a través del envío de correos electrónicos a personas de todo el mundo. Al igual que le ocurrió a Milgram, se confirmó que eran seis los grados de separación requeridos para conectar al mundo. Sin embargo, poco después, compañías como Yahoo! y Facebook, se unieron para probarla una vez más con la misma metodología, hasta que finalmente demostraron que actualmente, es posible comunicarse con todo el mundo con tan solo 4,2 personas, por tanto menos de las 6 personas que proponía Milgram en 1967.

Señalar por último la *teoría de los tres grados de influencia* (Christakis & Fowler, 2010), que apunta lo siguiente:

Todo lo que hacemos o decimos tiende a difundirse- como las olas- por nuestra red y tiene cierto impacto en nuestros amigos (primer grado), en los amigos de nuestros amigos (segundo grado), e incluso en los amigos de los amigos de nuestros amigos (tercer grado) (p.41).

En otras palabras, esta teoría sostiene que, si un perfil de Twitter concreto cuenta con cien amigos y esos amigos a su vez tienen otros cien amigos, y éstos a su vez otros cien, la población destinataria de cada mensaje se emita desde la primera cuenta puede ser de un millón de personas.

Los campos de aplicación científico que se están explorando actualmente al respecto de este tipo de redes, están orientadas a dos ramas principales: por un lado,

al estudio de los elementos propios y de las interacciones que se dan en la red (nodos, influencia, transitividad o centralidad, por ejemplo), y por otro, al análisis del discurso y al estudio de las comunidades virtuales, que es lo que se lleva a cabo en este trabajo de investigación. A través de esta modalidad se puede construir, a partir de las relaciones entre conceptos y posicionamientos estudiados en la red, una visión de conjunto de los discursos hegemónicos o de las narrativas sociales (Verd & Lozares, 2000). Las comunidades virtuales son, como hemos visto, relaciones entre personas o nodos, y por tanto se pueden analizar a partir de las conversaciones que se mantienen en el seno de las mismas (Molina, Quiroga, Martí, Maya & De Federico, 2006).

D. Redes sociales más utilizadas en España.

Existen numerosos tipos de redes sociales, entre las que cabe destacar las más utilizadas por la población según el informe de la VII Oleada del observatorio de redes sociales en España (2016):

En primer lugar, se sitúa *Facebook*, que constituye como una red social en la que sus usuarios/as pueden organizarse por grupos de interés, tales como compartir misma ciudad, hobbies o un pasado, y mantenerse en contacto en un espacio generalmente privado en el que intercambiar opiniones, mensajes, fotografías, etc. Esta red provee a sus usuarios la posibilidad de contar con una lista de amigos/as que eligen y los/as cuales deben contar igualmente con una cuenta de Facebook para mantenerse en contacto. Cada usuario/a, además, dispone de un “muro” virtual en el que publicar la información que desee, pudiendo además opinar sobre la información que publiquen el resto de usuarios/as a través de botones incorporados a la plataforma ta-

les como “Me gusta” o “Asistiré”. Además, Facebook incorpora otras herramientas, tales como los chats privados entre usuarios/as y la función “estado”, en el que cada cual puede expresar lo que hace o siente en ese momento. Una de las utilidades más habituales que los/as usuarios/as otorgan a Facebook es su capacidad para mantener a los grupos en contacto y de re-conectar con personas con las que habitualmente no se tiene una relación continuada. También cuenta con otras utilidades relacionadas con el incremento de opciones para encontrar un empleo.

Ocupando el segundo en el ranking, se sitúa la red social *Twitter*. Ésta puede definirse como un servicio de mensajería online o microblogging, cuyo porcentaje de usuarios/as que lo utilizan se sitúa en torno al 18% del total de la población, habiéndose duplicado su número desde noviembre de 2010 (Twitter, 2015). Twitter cuenta actualmente con 570 millones de usuarios en el mundo, contando España con más de 11 millones, y 500 millones de tuits son enviados al día (Twitter, 2016). Esta herramienta comparte numerosas características con otras habitualmente utilizadas, tales como Facebook, pero sin embargo se relaciona con una serie de particularidades que la diferencian del resto. Una de las características más definitorias de Twitter es el hecho de permitir únicamente mensajes de 140 caracteres, así como también el hecho de que todos sus mensajes son publicados en tiempo real en un tablón virtual que cualquier persona conectada puede leer, no requiriendo un permiso especial para ello. Los mensajes que se escriben pueden obtener “seguidores” y ser publicitados por éstos, que a su vez cuentan con otros/as seguidores/as que podrán favorecer la expansión del contenido por toda la comunidad online. Por ello, transmitir información interesante para los demás es un requisito fundamental para obtener seguidores/as y repercusión dentro de la red social. Las principales utilidades de Twitter se

relacionan con la necesidad innata del ser humano de comunicarse, en este caso a través de compartir información, opiniones y mantenerse en contacto con la comunidad.

El informe de resultados de la VII Oleada del observatorio de redes sociales de España, señala la existencia de un 43% de internautas que utiliza Twitter de forma activa, con un rango de edad de 18 y los 55 años.

Por último, cabe destacar que Twitter es considerada la tercera red social con mayor riesgo de padecer violencia, detrás de Facebook y Ask.fm (Donoso, Rubio, Vilà & Velasco, 2015).

Otra de las redes sociales que compone el ranking de las más utilizadas por los/as internautas es *Instagram*. Esta red social se caracteriza porque todos los mensajes que publican sus usuarios/as van vinculados a una fotografía o video. Es decir, promueve la publicación de fotos o videos personales que podrán visualizar aquellas personas que cada usuario/a registrado/a decida. Existe la posibilidad de “seguir” a otros/as usuarios/as de Instagram, ya sean personas físicas o empresas, y da la opción de escribir mensajes bajo las fotos publicadas por cada uno/a, así como citar a otros usuarios/as en dichos mensajes con los que se desea compartir el mismo. Los/as usuarios/as pueden marcar la opción “Me gusta” en cada imagen o video publicado por los/as usuarios/as. Empresas de diversa tipología que utilizan esta red para dar a conocer sus productos y las tendencias del momento.

Por último, *LinkedIn* es otra de las redes sociales más utilizadas durante el 2016. Es la red social más importante para aquellas personas que están intentando acceder o mejorar su empleo. En la sociedad actual se considera imprescindible esta herramienta para mantener una red profesional activa que favorezca la mejora en este ámbito. A nivel general, esta red social propone un perfil que cada usuario/a debe completar con datos relativos a su formación, habilidades, intereses y experiencia laboral, configurando el nivel de privacidad al gusto. Este perfil aparece público para aquellos grupos que el usuario/a considere (personas registradas, personas que sean contactos o cualquiera) y da la opción de agregar a otros/as compañeros/as de profesión, conocidos o empresas en los que se tenga interés. Con esta herramienta, muchas personas pueden acceder a oportunidades laborales y de formación, a la par que empresas pueden utilizarla para buscar mejores candidatos/as en sus procesos selectivos.

D. Historia y evolución de Twitter.

El análisis los orígenes y evolución de Twitter proporcionan una mejor comprensión de la herramienta y su utilidad. Más allá de la importancia de saber qué se quiere investigar en Twitter o cualquier otra red social, es también importante saber cuáles es su origen, contexto y cultura. Twitter fue fundada por Jack Dorsey y sus asociados en San Francisco en 2006. El nombre “Twitter” significa “llamada de pájaros”, que puede traducirse como una pequeña y breve secuencia de información inconsecuente (Sarno, 2009). En sus orígenes, Twitter fue creado con una utilidad de mensajería basada en la idea de seguir amigos online y mantenerse en contacto con los mismos. Jack Dorsey, el co-fundador, hace referencia al hecho de que Twitter, en sus inicios se definía como una herramienta para comunicar a los demás “Qué tengo hoy para

comer”. Sin embargo, Twitter ha ido evolucionando con el paso de los años, en parte por uso que los/as propios/as usuarios/as le han dado, hasta presentarse como una fuente de información valiosa. De hecho, el propio co-fundador señala que Twitter, convertido en objeto de estudio, ha evolucionado en tres fases: Twitter I, II y III. Twitter I, se planteaba como una herramienta para amigos en la que se transmitía información sobre hábitos de vida y se daba a conocer a los demás los gustos personales (Akcora & Demirbas, 2010). Seguía los protocolos habituales de los sistemas de mensajería, coincidiendo incluso en el número de caracteres, aunque si bien se planteaba como un nuevo medio en sí mismo en el que los mensajes eran públicos. Hasta noviembre de 2009, Twitter se basaba en la pregunta “What are you doing?”, sin embargo, tras los 41 millones de usuarios y los 106 millones de Tuits emitidos en dicho año, la utilidad de Twitter comenzó a modificarse y la pregunta prototípica que lanzaba la plataforma pasó a ser “What’s happening?”. En dicha fecha, también se introdujo la herramienta “Trending Topic” para tratar de agrupar los temas de los que se estaba hablando por la mayoría de los/as usuarios/as en cada momento. Las primeras investigaciones que utilizaron Twitter como objeto de estudio se remontan a dicha fecha y se basaron en muchos casos en sucesos impactantes que fueron comentados en la red y que supusieron el antecedente más remoto de lo que es hoy Twitter: El terremoto de mayo de 2008, el ataque terrorista de Mumbai en noviembre de 2008, el aterrizaje de emergencia de un avión en el río Hudson en enero de 2009, entre otros (Arceneaux & Weiss, 2010). Comenzó a suponer, por tanto, lo que se ha denominado Twitter II y lo que constituye una máquina comunicativa revolucionaria. A pesar de que pudiera parecer que las innumerables utilidades de Twitter cuentan con un apoyo incondicional en el mundo investigador, autores como Morozov (2009) se han mostrado más críticos al respecto, principalmente partiendo de la idea de que

Twitter no cuenta con una extensión universal, no llegando a muchos países por motivos políticos o tecnológicos, y no representando por tanto a toda la población. Sin embargo, es cierto que en la sociedad occidental Twitter se ha instaurado como una herramienta comunicativa *in situ*, en la que la información fluye a tiempo real, y gracias a la que muchos/as seguidores/as de Twitter no requieren el acceso a los medios convencionales para conocer las noticias del día porque ya han sido informados a través de Twitter. Se ha convertido en una herramienta que relata desastres, eventos de relevancia, que puede predecir comportamientos o discursos (por ejemplo, en elecciones) y que incluso ha supuesto un método de organización de revolución tanto en países occidentales como en orientales (valgan como ejemplos de convocatoria masiva a través de Twitter “Rodea el Congreso” en España o “la primavera árabe” en los países del norte de África). En esta fase, que se define como Twitter III, los/as investigadores/as han comenzado a aprovechar los beneficios que Twitter reporta como objeto de estudio, no solo por su capacidad de contar lo que está ocurriendo, sino porque ella misma facilita herramientas que favorezcan el análisis científico, por ejemplo a través de sus Hashtags o Retuits.

Twitter parte de la pregunta “¿Qué está pasando?” y cada usuario/a elige cómo responderla y con qué objetivo. Algunas/os usuarias/os utilizan el espacio de 140 caracteres disponible para responder a esta pregunta. Otros prefieren retuitear lo que han escrito otros. Sin embargo, además de la utilidad más obvia relacionada con la comunicación entre personas, Twitter cuenta con otras modalidades de utilización, ya adelantadas de forma breve anteriormente (Bruns, Burgess & Mahrt, 2013):

1. Compartir noticias en diferentes formatos y comentarlas.

2. Publicitar y expandir noticias: La forma en la que la población usuaria de Twitter es conocedora de una noticia de última hora, en muchos casos es a través de esta red.
3. Negocios.
4. Conocer tendencias, ya sean informativas o de otro tipo.

Algunas de las características que ofrece la red social Twitter al respecto de sus usuarias/os son:

- Sus usuarias/os pueden utilizar un nombre real o ficticio para registrarse en esta red social, por lo que se pueden publicar mensajes desde el anonimato o desde la identidad real.
- Sus usuarias/os no requieren incluir información personal o geográfica para poder tener un perfil.
- La conectividad no suele ser mutua: Los personajes públicos de Twitter apenas siguen a nadie, pero sin embargo cuentan con muchos seguidores (Pérez & Aguilar, 2012).
- Las relaciones son de vínculo débil, y aún así proliferan, convirtiéndose esta red en un medio idóneo para la difusión y adopción de conductas similares entre los/as usuarios/as.

Resulta fundamental ofrecer una descripción de la jerga habitualmente utilizada por las personas usuarias de esta herramienta, y sin la cual resultaría dificultoso poder comprender el funcionamiento de la misma (O'Reilly & Milstein, 2011):

- **Tweet** (o “Tuit”, en versión española): Término utilizado para referirse a un post publicado en Twitter. También puede utilizarse como un verbo, por ejemplo “He estado tuiteando (o tuiteando, en español) toda la tarde”.
- **Timeline**: Es el flujo de tuits entrantes de las personas a las que sigue cada usuario y que aparecen plasmados en la pantalla principal.
- **@message**: Mecanismo utilizado por los usuarios para publicar un mensaje en Twitter referido a otro usuario. Por ejemplo: “@DownMadrid, ¿qué te parece esta noticia?”. Esta herramienta es considerada muy útil en Twitter, ya que da acceso a lo que publican los usuarios mencionados y así conocer gente nueva a la que seguir.
- **Retweet** (o “retuit”, en español): Es el acto de dar crédito a un Tuit, por ejemplo por el interés que despierta la información que contiene. Los retuits (RT) colaboran en que un Tuit pueda distribuirse por toda la red y el hecho de ser retuiteado puede ser señal de gran influencia en la red. De alguna forma, un retuit indica implícitamente que se respeta o da valor al usuario y al mensaje que ha posteado. Además, cuando un usuario utiliza un @message para referirse a otro usuario de Twitter, siempre como parte de un retuit, automáticamente se crea un enlace directo a dicha cuenta y cualquier usuario puede acceder a su contenido. Cabe señalar que en Twitter la relevancia se mide por la difusión de los mensajes, que captan la atención de otros usuarios que a su vez quieren darle visibilidad en su entorno. El RT es una convención creada en los inicios de Twitter por los usuarios que querían compartir un tuit con sus seguidores y se realizaba mediante la publi-

cación del mensaje de otro usuario anteponiéndole las siglas RT y el nombre del autor original. A partir del 2009 Twitter incluyó un botón de RT que hacía lo mismo pero, automáticamente, lo que facilitó mucho la propagación de mensajes. Generalmente se difunden los tuits con los que se está de acuerdo, por lo que se puede contabilizar como un voto positivo al mensaje (Conover, Ratkiewicz, Francisco, Goncslvez, Menczer & Flammini, 2011). La difusión de mensajes se calcula por día y para todo el período de captura de tuits. De esta forma se conoce lo más relevante de cada jornada y lo más destacado en global.

- **#Hashtag:** Para facilitar la clasificación de los @messages que se escriben en Twitter se utiliza un símbolo (#) que precede a un término o palabra corta que trata de resumir la temática del mensaje publicado. Por ejemplo, “#TodayIsMonday. I hate getting up early”. Cuando un usuario utiliza un Hashtag en un @message, dicho Hashtag puede ser utilizado por otros usuarios para aclarar que el contenido de su mensaje también se relacionará con la misma temática. Por ejemplo, “I also hate the fact that #TodayIsMonday”.
- **Trending Topics** (o tendencias): Relacionado con el concepto anterior, cuando un Hashtag comienza a ser utilizado por muchos usuarios en sus @messages, algo que generalmente está relacionado con que éstos hayan sido retuiteados, se puede concluir que se crea una “tendencia”. Esto quiere decir que la red social Twitter puede conseguir resumir en uno o varios hashtags cuáles están siendo las temáticas más comentadas del día por sus usuarios. Twitter ofrece a sus usuarios la posibilidad de conocer cuáles son los diez trending topics (TT) del día. Éstos reflejan cuáles son las temáticas sobre las que las personas se muestran más interesadas,

ya sea un programa de televisión sobre el que se realizan comentarios en directo, o sobre la declaración polémica de un político concreto.

- **Following** (o “seguir”): Los usuarios pueden seguir a otros usuarios, ya sea porque se conocen previamente, porque son famosos o porque les resultan interesantes los @messages que realizan habitualmente. Es por ello por lo que cada cuenta de usuario dispone de un determinado número de seguidores, hecho que se relaciona con la capacidad de influencia de éstos sobre aquellos: a mayor número de seguidores, mayor influencia se tiene en Twitter. No es de extrañar que los usuarios con más seguidores suelen ser deportistas de élite o estrellas del pop. Cuando un usuario sigue a otro, a partir de ese momento todos los mensajes que emita el segundo aparecerán en el timeline del primero. Resulta importante destacar que no se requiere aceptación del usuario seguido para que el usuario seguidor vea sus mensajes, haga retuit o responda a sus mensajes publicados en su timeline. Hay que señalar que mantener la capacidad de influencia sobre los demás en Twitter no es algo que se logre de forma puntual, sino que requiere un esfuerzo continuado y una alta implicación personal (Cha, Haddadi, Benevenuto & Gummadi, 2010).
- **Viralidad**: Término utilizado para referirse a un elemento, ya sea una idea, moda o contenido, que se multiplica, propaga y contagia como un virus. Sus claves son tres: origen, mensaje y contexto (Congosto, 2014). En el caso de Twitter, el origen es el propio usuario, el mensaje es el Tuit y el contexto las causas que provocan que el Tuit se propague o no.

Twitter destaca por su alto número de conexiones entre nodos diversos y la proliferación de vínculos débiles. Además, se ha desvelado otra serie de características de esta red, que completan la lista de particularidades de la misma (Kwak, Lee, Park & Moon, 2010):

- Solo hay cien usuarias/os con más de un millón de seguidores, todos ellos personas populares.
- El 22% de usuarias y usuarios mantiene relación recíproca.
- El 67% no es seguido por ninguna/o de los usuarias/os a los que sigue.
- Las noticias que cuentan con mayor repercusión e influencia son efímeras, no superan una semana de duración como tendencia.
- Existe favoritismo entre los/as usuarios/as a la hora de retuitear, lo cual genera gran poder de difusión, inteligencia colectiva y visibilidad.
- Se da poca centralidad en la difusión de mensajes, salvo en los casos de usuarios/as populares.
- Los lazos débiles son muy relevantes en Twitter, ya que actúan como puente entre nodos y comunidades.

En Twitter, cada *reply* conecta a un/a usuario/a con otro, dando lugar a una estructura de red en forma de árbol como la que se plasma en la figura 10, a medida que cada usuarias/o va reuiteando a su vez un mensaje concreto.

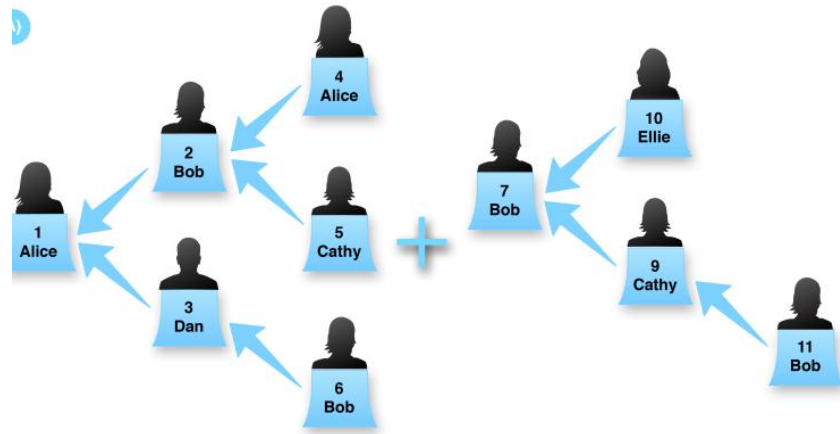


Figura 10: Red árbol en Twitter (Gonçalves, Perra & Vespignani, 2011)

Además, existen herramientas concretas como *Gephi*, que permite visualizar los grafos que se generan en esta red social cuando sus usuarios/as mantienen relaciones online. Puede apreciarse un ejemplo en la figura 11, en la que se representa el grafo obtenido tras analizar un *hashtag* convertido en *trending topic* durante el año 2015, #Despitebeingawoman. En dicho grafo puede admirarse la amplitud de la red generada en torno a la temática de la etiqueta. En él aparecen representados los/as usuarios/as de todas partes del mundo y sus relaciones, que tras haber volcado sus opiniones y retuiteado otras, han ido expandiendo una red que probablemente surgió de un primer y único nodo. Elementos ya mencionados como la viralidad y la centralidad, pueden identificarse con claridad en el grafo, que representa tres nodos centrales desde los que se inicia el contagio, y que colaboran en la formación de la figura obtenida.

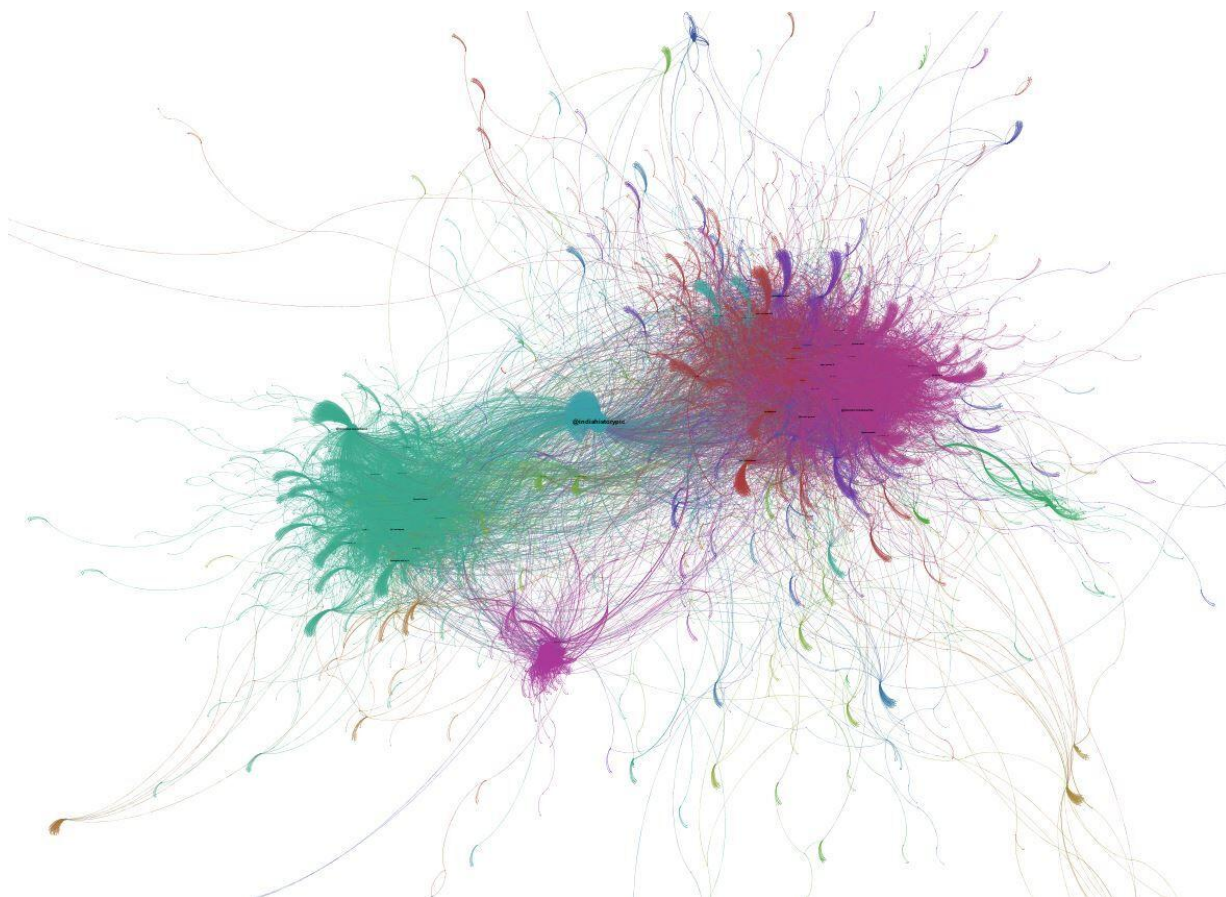


Figura 11: Grafo del hashtag #despitebeingawoman

Capítulo III. Sexismo y violencias de género en redes sociales: Antecedentes de la cuestión.

La violencia de género online ha circulado por internet desde su misma creación, sin embargo, no será hasta 2011 cuando mujeres de diversos contextos y posiciones, comiencen a hablar públicamente sobre el acoso y la violencia que existe en entornos online contra éstas (Jane, 2015). Progresivamente, las denuncias online sobre esta temática y las investigaciones internacionales al respecto, comienzan a sucederse con el objetivo fundamental de visibilizar la problemática social que suponen (Dewey, 2014; Duggan, 2014; Jane, 2015; Penny, 2014; Sandoval, 2013).

Las nuevas formas online de comunicación cuentan con un carácter accesible que se fundamenta en un espíritu democrático de compartir información que aparentemente se desarrolla bajo el velo de la neutralidad y horizontalidad (Donoso et al., 2015). Sin embargo, categorías sociales como el género se han visto amenazadas en este nuevo entorno, quedando las mujeres expuestas a agresiones de todo tipo (Donoso et al., 2015). Esta realidad virtual genera sus propias reglas y da lugar a un universo paralelo que carece de límites, y donde las características de la realidad se reinventan (Estébanez & Vázquez, 2013). Un claro ejemplo de ello lo constituye un suceso (de los cientos de que se dan a diario) acaecido en el verano de 2013, cuando mujeres periodistas y activistas británicas, fueron víctimas simultáneas de comentarios violentos reiterados emitidos por diferentes usuarios a través de la red social Twitter. Tras la publicación en la prensa de estos incidentes, una periodista americana, Amanda Hess, relató su propia experiencia sobre el continuo acoso sexista al que estaba sometida por usuarios de Twitter. Al igual que ella, otras mujeres, conocidas o no en la

esfera pública, comenzaron a manifestar públicamente a través de las redes sociales el constante acoso al que estaban expuestas, denunciando dicha situación y generando con ello un intenso debate sobre el sexismo y la violencia de género online. También en España ha tenido lugar casos de acoso sexista en la red que han trascendido, como el de Alicia Murillo en 2012, una activista feminista que sufría de forma continua el acoso en la red. Cinco años después, la denuncia pública de este tipo de situaciones a través de las redes sociales continúa siendo un hecho palpable que sin embargo aún no dispone de un conocimiento profundo que permita saber cuál es la dimensión real. Bien es cierto que agresiones perpetradas a través de las redes sociales contra otros colectivos, tales como el judío, sí han comenzado a pensarse legalmente, pero no ha ocurrido lo mismo con las violencias de género que tienen lugar en el entorno online. Las redes sociales han proporcionado a los agresores un nuevo contexto en el que ejercer conductas violentas, en el que la gratuidad, facilidad de acceso, anonimato, dificultad de rastreo, diversificación en las formas de acoso y sensación de falta de control para la víctima constituyen elementos determinantes para los potenciales acosadores o agresores (Southworth, Finn, Dawson, Fraser & Tucker, 2007)

Este nuevo universo online se ha convertido en un objeto de estudio fundamental para poder realizar una aproximación a la realidad de la violencia contra las mujeres, así como a sus reglas y al impacto que genera en las personas jóvenes, que son los y las potenciales usuarios/as de estas herramientas (Estébanez & Vázquez, 2013). Conseguir una aproximación a los discursos violentos que se producen en las redes sociales constituye un elemento necesario para poder establecer tanto un diagnóstico social al respecto, como unas líneas de actuación, tanto desde el Trabajo Social como desde otras disciplinas sociales, que favorezcan, tanto la intervención

como la prevención de las actitudes y valores sociales que fomenten la desigualdad de género.

Sobre la base de la bibliografía revisada que se detalla a lo largo del presente capítulo, puede determinarse que las incursiones realizadas sobre el objeto de estudio de esta investigación son muy escasas en el ámbito nacional.. Esto puede deberse a la relativa novedad de las redes sociales y también porque, por lo general, los estudios realizados en redes sociales desde una perspectiva de género se han ceñido al análisis sobre la violencia que tiene lugar en relaciones de pareja (Donoso-Vázquez, 2014). Aunque existen algunas investigaciones que sí aplican una perspectiva teórica de género en el análisis, la mayor parte de las que abordan este eje temático se centran en el acoso en la red y no analizan en profundidad la violencia de género, y en otros casos se investiga la violencia de género, pero no se analiza la red (Donoso-Vázquez, 2014). Igualmente, en especial en los estudios internacionales, se analiza la “misoginia en las redes sociales”, también en Twitter, pero desde una perspectiva cuantitativa, o cuanto menos, analizada por profesionales dedicados al sector informático y no a disciplinas sociales. De ahí la necesidad de ahondar en el fenómeno de la violencia contra las mujeres más allá de las relaciones de pareja, en las redes sociales y desde la perspectiva del Trabajo Social: visibilizar los posicionamientos sexistas que se reproducen dentro del mundo online, así como las manifestaciones violentas o microviolentas que tienen lugar en las mismas tras el anonimato de los usuarios, se constituye como una premisa fundamental para dimensionar y atajar este tipo de fenómenos y para erradicar la desigualdad de género en la sociedad actual. Confirmar si las relaciones desiguales por razón de género se reproducen en las redes sociales, así como los estereotipos y las formas de violencia que sostienen la dominación

masculina y que quedan sustentadas por el sistema patriarcal, constituye un desafío necesario para el debate social y para la toma de medidas y decisiones en su erradicación.

A pesar de los todavía escasos estudios que abordan de manera específica las violencias de género online fuera de las relaciones de pareja, sí existen autoras que han ofrecido una aproximación al fenómeno. Donoso et al. (2015) definen este tipo de violencia como *ciberacoso*, es decir, un tipo de acoso perpetrado a través de la red online en el que víctima y agresor no llevan a cabo un contacto directo. Se trata de un comportamiento caracterizado por repetirse en el tiempo de forma no deseada y materializado de forma intrusiva a través de amenazas, acosos o difamaciones llevadas a cabo a través de comunicaciones en espacios virtuales que causan miedo (D'Ovidio & Doyle, 2003). Sin embargo, estas definiciones describen de una forma muy general el fenómeno, no particularizando en el binomio mujer-hombre. Por ello, y tomando como referencia los conceptos descritos en los apartados anteriores, sexismo ambivalente, neosexismo, michomachismos y neomachismo, se propone una definición ampliada que facilite el análisis de los mensajes violentos hallados en Twitter. El concepto de violencias de género online englobaría todas aquellas formas de discriminación sexista, ya sean explícitas o simbólicas, benevolentes u hostiles, micromachistas, neosexistas, abusivas y/o que lleven a cabo apología de la violencia contra las mujeres, que son transmitidas a través de las redes sociales e internet por cualquier usuario, vinculado o no sentimentalmente con la víctima y que generen un perjuicio en la misma. Las violencias de género online pueden pasar inadvertidas por su carácter benevolente o simbólico o bien adquirir un componente hostil más explícito.

Muchas/os investigadoras/es han definido la hostilidad y acoso online como una forma de comunicación (Bartlett, Norrie, Patel, Rumpel & Wibberley, 2014). Sin embargo, y en la línea de Lewis, Rope y Wiper (2016), la violencia online contra las mujeres debe ser abordada y categorizada como violencia de género, por estar sostenida por una base patriarcal que justifica y normaliza las agresiones contra las mujeres por el mero hecho de serlo. Los antecedentes apuntan a la existencia de diversas formas de denominar múltiples tipos de violencia de género online, tales como *flaming* (O'Sullivan & Flanagan, 2003), *e-bile* (Jane, 2015), *Trolling* o *gender trolling* (Donath, 1999) o *cyberhate* (Citron & Norton, 2011). Sin embargo, la mayor parte de estos estudios se ha limitado a analizar las formas de comunicación hostil o formas de violencia explícitas contra las mujeres, y no tanto los componentes sexistas y microviolentos estructurales que subyacen a la misma y que permanecen invisibilizados en muchos casos. La violencia de género online es una extensión del comportamiento que puede llevarse a cabo fuera de las redes sociales e internet, sin embargo, personas que estando fuera del entorno virtual no realizan comportamientos sexistas o misóginos, sí pueden manifestarlos en entornos online. Muchos hombres y mujeres utilizan el anonimato y el ingenio humorístico para reproducir conductas sexistas y violentas en entornos online (Shaw, 2014). Y es que el anonimato es una de las características más relevantes que define a las/os usuarias/os de algunas de las redes sociales, entre las que se encuentra Twitter, que invita a la participación de *trolls* violentos contra las mujeres tras una máscara virtual (Stoeffel, 2014). Igualmente invita a la participación de otras/os usuarias/os, con o sin nombre real, que perpetúan conductas discriminatorias para las mujeres a través de discursos sexistas y violentos online. “*Trolling* se define como un tipo específico de comportamiento online malvado o dañino que llevan a cabo determinadas/os usuarias/os, con el fin último de disruptir

interacciones” (Coles & West, 2016, p.233). Este particular comportamiento es conocido también como *cyber-bullying* o *flaming* y se ha visto incrementado en los últimos años con el auge de las redes sociales, hasta el punto de ser plenamente visible, normalizado, socialmente aceptado e incluso institucionalizado (Jane, 2015). En el momento actual, la función principal de los *trolls* es la de transmitir una práctica discursiva que permita sostener de manera impune una ideología poderosa en la red que en ocasiones perpetúa discursos históricos sobre las mujeres, justificando su inferioridad (Foucault, 2002; Tosh, 2015). El anonimato, sumado a la insuficiencia de marcos legales protectores contra la violencia online (Citron, 2014) que se transmite a través ideas sexistas, estereotipadas y antifeministas, constituyen el caldo de cultivo para el sostenimiento de una situación desigualitaria para las mujeres. Una cultura sexista sostenida por una estructura patriarcal hegemónica que permite la perpetuación y normalización de las agresiones contra las mujeres, tanto en su versión explícita como en relación al trato microviolento o simbólico validado (Banet-Weiser & Miltner, 2016).

Los motivos principales por los que se ha seleccionado la red social Twitter para desarrollar esta investigación son dos: por un lado, el hecho de que se trate de una red pública y abierta, a la que cualquier persona registrada puede acceder sin limitaciones, y la existencia de anonimato de gran parte de sus usuarios/as, cuyas identidades reales permanecen ocultas tras *nicks*. El anonimato desde el que se puede tuitear resulta imprescindible para analizar posicionamientos sexistas y las actitudes hostiles hacia las mujeres, ya que esto favorece que los emisores de mensajes que contengan este tipo de contenido no puedan ser reprendidos. Algunos estudios han corroborado la gran influencia que ejerce el anonimato para la desinhibición en Twitter, así como

su asociación con mayor hostilidad contra otros (Fox, Cruz & Lee, 2015; Halpern & Gibbs, 2013; Rowe, 2014; Suler, 2014). Aunque la desinhibición no tiene por qué influir negativamente en todos los casos, sí puede relacionarse estrechamente con conductas negativas tales como *trolling* o *cyberbullying* (Dillon & Bushman, 2015; Udris, 2014). Fox, Cruz y Lee (2015) señalaron cinco factores que resultan relevantes para la incidencia del sexismo en contextos online y que favorecen el efecto desinhibición:

- *Invisibilidad*: Las/os usuarias/os no interactúan en un cara a cara, sino que lo hacen desde la distancia y probablemente desde el anonimato. Esto genera que puedan evitarse las reacciones no verbales y por tanto, favorecer la insensibilidad de los emisores del mensaje al lanzar un mensaje hostil.
- *Asincronía*: El hecho de que el entorno disminuye la sensación de inmediatez en la transmisión de contenidos, tal y como ocurre en el caso de Twitter, pues los receptores de mensajes no realizan un feedback hasta pasado un tiempo. Esto genera que un mensaje sexista emitido en un momento dado, no tenga un feedback hasta pasado un tiempo o tal vez nunca, lo cual puede ser interpretado como que se está realizando algo que no es dañino para la otra persona, y por tanto, se acepta el sexismo como algo normalizado.
- *Minimización de la autoridad*: El hecho de que las/os usuarias/os tengan la sensación de que no existe una figura de control dentro de los espacios virtuales, hace que no exista temor a una posible represión. De esta forma, nuevamente se pueden

percibir como normalizadas conductas sexistas que ningún/a supervisor/a ha penalizado.

- *Anonimato disociativo*: Tal y como se señaló anteriormente, el hecho de que Twitter no obligue a sus usuarias/os a utilizar un nombre real, genera una sensación de impunidad a aquellas/os que desean desinhibirse de forma negativa a través de discursos y conductas sexistas.
- *Imaginación disociativa*: Las/os usuarias/os pueden percibir que mantienen dos mundos separados en sus vidas, uno dentro de las redes y otro fuera de ellas, y que no necesariamente deben interferir el uno en el otro. De esta forma, lo que ocurre online, permanece online, y no tiene por qué reproducirse de la misma forma fuera de las redes sociales e internet. Por eso, aquellas/os usuarias/os que manifiestan discursos sexistas, hostiles o no, online tras el anonimato de un nick, no tiene por qué necesariamente manifestarse de la misma forma en otros ámbitos de su vida.

En Twitter se suceden numerosos hashtags relacionados con materia de género, que en algunos casos han sido virales y sobre los que miles de usuarias/os han tuiteado, tales como #LiesToldByFemales, #IHateFemalesWho, #RulesForGirls, #ThatWhatSlutsDo o #GetBackToTheKitchen, entre otros, en los que se han promovido los estereotipos y la hostilidad contra las mujeres (Fox, Cruz & Lee, 2015). En muchos de estos hashtags, no existen muestras de sexismo necesariamente hostiles, pero sí ciertamente dañinas, que se expresan a través del humor (Marwick, 2013). De la misma forma, se han dado otros hashtags a modo de respuesta contra la injusticia so-

cial que sufren las mujeres y que promueven la igualdad de sexos y la movilización en este sentido: #EveryDaySexism, #YesAllWomen, #DespiteBeingAwomen o #7Nfeminista. Con ello, se ha generado igualmente una nueva forma de activismo feminista que triunfa en las redes sociales (Clark, 2014; Thrift, 2014).

Esta investigación se centra en analizar los mensajes categorizados como violentos, en un intento de clasificar y analizar los posicionamientos que se desprenden de los mismos. Para ello, se lleva a cabo un análisis previo de aquellos estudios de investigación realizados con un objeto de estudio similar. Tal y como se mencionó previamente, las investigaciones realizadas sobre violencias de género y sexismo en las redes sociales son relativamente escasas, especialmente si tenemos en cuenta las realizadas en España. Esto responde a dos motivos fundamentales: la relativa juventud del contexto “red social” y la tendencia a centrar las investigaciones existentes en este contexto en la violencia de género que tiene lugar dentro de la pareja. No obstante, se pueden destacar varios que incluyen ciertas similitudes con respecto a lo que se plantea en este trabajo de investigación, especialmente internacionales. Aunque prácticamente ninguno de ellos habla de violencia de género, sí realizan análisis de sus modalidades, tales como la misoginia, el acoso o la hostilidad contra las mujeres. A continuación, se señalan los ejemplos más reseñables de ello, diferenciándolos según se traten de estudios nacionales o internacionales, para finalmente ofrecer un análisis comparativo de todos ellos en relación a la presente investigación.

A. Estudios previos nacionales.

- **La violencia de género 2.0: La percepción de jóvenes en Sant Boi de Llobregat** (Donoso, Rubio, Vilà & Velasco, 2015) y **Las ciberagresiones en función del género** (Donoso-Vázquez, Rubio & Vilà, 2017)

El primero de estos estudios describe una aproximación exploratoria realizada en Sant Boi de Llobregat, y presenta resultados parciales de una investigación realizada sobre violencias de género 2.0 en España. El objetivo principal de la misma se relaciona con el análisis de la percepción que tienen las y los adolescentes sobre el uso de internet y la violencia de género que puede tener lugar en este espacio. Para ello, se selecciona una muestra de 155 estudiantes de primero y cuarto de Enseñanza Secundaria Obligatoria de un instituto de Sant Boi de Llobregat y se les aplica el Cuestionario de violencias de género 2.0 (Donoso, Rubio, Velasco & Vilá, 2014). De los resultados obtenidos, se analizan de forma específica los datos contextuales de la muestra y sus percepciones sobre internet y la violencia 2.0. Las conclusiones obtenidas en este estudio apuntan a que las y los jóvenes son un colectivo vulnerable que interioriza el amor romántico como máxima a alcanzar en sus relaciones de pareja, sustentado sobre las bases patriarcales de desigualdad de género, que de alguna forma justifican ciertas formas de violencia de género. Además, se evidencia la falta de percepción del peligro al respecto a las violencias que pueden tener lugar en las redes sociales contra las mujeres. A pesar de la relevancia e interés que genera el estudio, éste no aporta datos relativos a la red social Twitter ni al contenido de los posicionamientos sexistas que se transmiten en las redes sociales en general. Sí realiza una

primera aproximación al uso que los jóvenes hacen de las mismas desde una perspectiva útil de género y proponiendo una herramienta (cuestionario) para medir la percepción de la violencia de género online.

En el segundo de los estudios llevados a cabo, las autoras amplían su muestra, extendiéndola a seis comunidades españolas, habiendo concluido la existencia de violencia hacia las mujeres jóvenes en redes sociales, en concreto cuando éstas no responden a los patrones normativos y estéticos fijados o se posicionan en posturas antipatriarcales, entre otras.

- **Neomachismos en espacios virtuales** (Donoso & Prado, 2015).

Este estudio ha abordado de forma específica los discursos neomachistas o neosexistas que se transmiten en diversas redes sociales. El estudio que proponen estas autoras parte de la existencia de una corriente neomachista dentro de las redes sociales que se manifiesta de diferentes formas. Afirma que en los últimos años se está dando una reacción patriarcal en la sociedad al respecto de la reivindicación de la igualdad de género entre mujeres y hombres, que según dicha corriente ya se ha alcanzado, por lo que todas las demandas que las mujeres realizan actualmente son exigencias desproporcionadas. Así, los objetivos de este estudio apuestan por poner de manifiesto y desvelar los mensajes de los que hace uso la corriente neomachista en la red, estudiando el funcionamiento de las redes creadas por las/os usuarias/os afines a la misma. Para ello, se analizaron diferentes espacios virtuales, utilizando los códigos que las autoras definieron como típicos del lenguaje neomachista. Dichos espacios fueron blogs personales y colectivos, Facebook y Twitter. Sin embargo, la

metodología se basa en la observación participante selectiva y no utiliza herramientas de muestreo continuado aleatorio que permita analizar la red de forma profunda. Las autoras refieren que se trata de un estudio exploratorio en fase inicial, que sin embargo sí que constituye un buen comienzo de abordaje en la temática. Los resultados que ofrece este estudio revelan una serie de conclusiones interesantes derivadas del análisis de los discursos hallados, tales como las que se expresan a continuación:

- Se niega la existencia de la violencia de género contra las mujeres y se apuesta por que la violencia es “neutra”, pudiendo ser ejercida tanto por hombres como por mujeres. Se insiste, además, en la existencia de denuncias falsas de mujeres supuestamente agredidas.
- Se sitúa a los hombres como víctimas de las conductas de las mujeres, por ejemplo, al respecto de la custodia compartida o la alienación parental.
- Se sostiene que la discriminación positiva no es necesaria, ya que existe igualdad real entre mujeres y hombres.
- Se mantiene que la ideología de género rompe la armonía de los sistemas.
- Existen corrientes que justifican la violencia contra las mujeres, incluso materializada en apología de la violencia en las redes.
- Se plantea el feminismo como una corriente peligrosa, radical y desvalorizada, generando sentimientos de rechazo hacia mujeres que defienden la igualdad de género.

- **La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales** (Estébanez & Vázquez, 2013).

Desde 2009, el Observatorio Vasco de la Juventud ha abordado el tema de las redes sociales virtuales, el cyberbullying y el trabajo con jóvenes en torno a la igualdad de género. A mediados del año 2012 se inició esta investigación, realizada en jóvenes desde los 12 a los 25 años, con el objetivo de analizar la relevancia que para éstos tienen las redes sociales, así como el tipo de uso que hacen de ellas, detectando las desigualdades de género presentes a través del estudio de las percepciones de esta franja poblacional al respecto. Se seleccionó una muestra no aleatoria de 88 jóvenes que se integraron en diez grupos de discusión. Los resultados más relevantes de este estudio arrojaron que las redes más utilizadas son Tuenti, Twitter, Whatsapp y Facebook, por este orden, con conexión prácticamente diaria. Destaca la percepción de que existe tanto sexismo como desigualdad en las redes sociales, así como estereotipos, si bien no profundiza en su contenido, dimensiones o características. Igualmente, arrojan datos sobre la vulnerabilidad que sienten en mayor proporción las mujeres usuarias al respecto de las redes sociales, que llegan a normalizar el acoso a través de éstas. Este estudio igualmente menciona la existencia de violencia de género en la pareja ejercida por algunos hombres a través del control en las redes sociales.

Aunque este estudio supone un buen comienzo para el análisis de la realidad sexista imperante en las redes sociales, evidencia la necesidad de continuar profundizando en las mismas, no solo a través de la percepción de sus usuarias/os, sino también a través de los discursos que se manifiestan dentro de las redes.

B. Estudios previos internacionales.

- **Misogyny on Twitter** (Bartlett, Norrie, Patel, Rumpel & Wibberley, 2014).

En este estudio, las/os autoras/es realizan el trabajo de campo analizando directamente los mensajes transmitidos en la red social Twitter, sometidos al impacto de una serie de palabras (“Slut”, “whore” y “rape”). El estudio se realiza en dos períodos cortos de tiempo durante el invierno de 2013-2014, tres meses en total, y se lleva a cabo el análisis del lenguaje utilizado al respecto de las palabras mencionadas anteriormente. El procedimiento metodológico se subdivide en dos partes, en primer lugar, la monitorización de Twitter a través de Twitter Application Program Interface (API). En segundo lugar, el análisis cualitativo de una muestra aleatoria de tuits.

El informe final reveló 100.000 tuits que mencionaban la palabra “rape”, 48.000 la palabra “whore” y 85.000 la palabra “slut”. En el caso de las dos últimas palabras, el 18% de los mensajes que las contenían contaban con un marcado carácter sexista. Además, un 20% del total eran insultos directos hacia mujeres. Lo mismo ocurría con los mensajes que contenían la palabra “rape”. De igual forma, se corrobora que las mujeres utilizan casi en la misma proporción este tipo de lenguaje asociado a conductas sexistas.

Aunque este estudio arroja datos relevantes acerca del uso que se hace de estas palabras en relación a las mujeres, no profundiza en el análisis cualitativo de los contenidos obtenidos. En todo caso, habla del concepto de misoginia y no de violen-

cias de género, y no realiza una clasificación que permita conocer las características de los fenómenos que sugiere.

Sí resulta relevante que esta investigación confirma el hecho de que las mujeres son sometidas en mayor proporción a bullying, abuso y odio lingüístico en la red con respecto a los hombres, y el hecho de que visualiza una realidad sexista en el mundo online.

- **Perpetuating online sexism offline: Anonymity, interactivity, and the effects of sexist hashtags on social media** (Fox, Cruz & Lee, 2015).

Este estudio analiza de manera específica los posicionamientos contenidos en hashtags sexistas de Twitter. Los autores de este trabajo afirman que el sexismo y el comportamiento abusivo hacia las mujeres en los entornos online es algo común. Parten del hecho de que el anonimato desde el que se puede escribir en Twitter, resulta fundamental para el análisis de dichas conductas y de que la máscara que cubre a las/os usuarias/os es idónea para emitir mensajes sexistas cuya hostilidad en ningún caso es reprendida formalmente. Twitter se constituye como un lugar óptimo para analizar los efectos del anonimato online y las actitudes perjudiciales contra las mujeres y este estudio pretende analizar cómo influye el anonimato de las/os usuarias/os de Twitter en las actitudes sexistas que se manifiestan en la red. Para ello, 172 participantes con cuentas anónimas y no anónimas, participaron activamente en Twitter, tanto tuiteando como retuiteando posts que contuvieran un hashtag sexista, en este caso #GetBackToTheKitchen. Los resultados de este estudio corroboran la hipótesis que partía del anonimato como variable influyente en la hostilidad de los mensajes,

existiendo una mayor tasa de sexismo hostil en las/os usuarias/os anónimos que en las/os que sí estaban identificados. Hay que señalar que este estudio constituye un referente de interés por destacar la influencia directa que tiene el anonimato para la emisión de discursos sexistas hostiles en Twitter, aunque si bien no profundiza en que tipo de discursos se manifiestan ni con qué intencionalidad. Además, centra su muestra en estudiantes universitarios, que aunque si bien constituyen el grupo más activo en Twitter, también se parte de que la educación superior se relaciona negativamente con la existencia de sexismo hostil (Glick, Lameiras & Castro, 2002). Por ello, podría determinarse que los resultados no son extensibles, no solo por el hecho de no haber utilizado una muestra aleatoria, sino porque además se dirige a una franja poblacional muy concreta.

- **Twitter rape threats and the discourse of online misogyny (DOOM): using corpus-assisted community analysis (COCOA) to detect abusive online discourse communities** (McGlashan & Hardaker, 2015) y **“Real men don’t hate women”: Twitter rape threats and group identity** (Hardaker & McGlashan, 2015)

Sendos estudios se basan en la experiencia personal vivida por una investigadora, Carolina Criado-Pérez, que sufría de forma habitual conductas violentas en su cuenta de Twitter. Por este motivo, se decide realizar un análisis de todos los tuits que se escribieran o retuitearan asociados a su cuenta durante un período aleatorio de tres meses. Se obtienen 76.235 interacciones relacionadas con la usuaria @CCriadoPerez. Para su análisis, los autores proponen un método multimetodológico que denominan *Corpus-Assisted Community Analysis* y que combina, por un lado, el análisis de la

red social en sí misma y las relaciones que en ella se establecen, por otro el análisis del corpus lingüístico y, por último, el análisis del discurso. Establecen un top 20 de las palabras más utilizadas por las/os usuarias/os, así como un top 20 de las palabras sexistas más usadas, en las que “rape” o “bitch” aparecen a la cabeza. Los resultados arrojan que al menos 1.957 tuits contienen mensajes violentos contra las mujeres. A pesar de constituirse como un estudio que analiza la totalidad de los tuits existentes asociados a una usuaria, no profundiza en los posicionamientos emitidos en los mismos, aunque si bien concluye que el lenguaje sexista es utilizado habitualmente para intentar controlar y silenciar los discursos online de las mujeres.

- **Gender-based violence in 140 characters or fewer: A #Bigdata Case Study of Twitter** (Purohit, Banerjee, Hampton, Shalin, Bhandutia & Sheth, 2016)

En este estudio se monitorizan 14 millones de tuits recolectados durante diez meses con el objetivo fundamental de analizar la opinión pública sobre violencia de género en cinco países (Nigeria, India, Sudáfrica, EEUU y Filipinas). Para ello, introducen terminología asociada a tres temas directamente vinculados a la violencia de género, partiendo de una clasificación: violencia física, sexual o prácticas dañinas. Una vez introducidas dichas palabras claves en la red y obtenido el corpus de textos, se analiza cuantitativa y cualitativamente (en este caso a través de una muestra aleatoria de 1200 tuits) el contenido, con el fin de revelar actitudes y comportamientos en diferentes países. Hasta aquí, se puede determinar que la metodología utilizada coincide con la de este trabajo de investigación, al menos en una de sus partes. Como conclusiones, los autores destacan el elevado porcentaje de utilización de las palabras clave relativas a violencia sexual (una media de una 62%). Además, ofrece diversas

asociaciones discursivas que tratan de clasificar los mensajes recogidos y que apuntan a que las/os internautas opinan sobre violencia de género de las siguientes formas: mensajes con consideración comercial, mensajes persuasivos, mensajes asociados a estereotipos o mensajes referidos a políticas públicas. Reseñable en este estudio la mención que realizan los autores sobre el uso de la ironía, la metáfora y el humor sobre algunos temas en concreto, que trivializan problemáticas serias y que normalizan discursos perjudiciales para las mujeres. A pesar de la similitud metodológica que ofrece estudio al respecto de la presente investigación, hay que destacar que aglutina los mensajes sobre violencia de género sin realizar un análisis de los posicionamientos propiamente dicho, lo cual limita la obtención de unos resultados más profundos. Sin embargo, la comparativa que realiza entre los cinco países estudiados, sí revela actitudes muy diferentes sobre violencia de género entre los mismos, que lógicamente se ven influidas por los contextos socio-culturales y políticos de los que forman parte. Como ocurre en otros estudios realizados sobre tema género, los autores que lo firman no son expertos en esta materia, aunque sí en ciencias computacionales.

- **Misogynistic language on Twitter and sexual violence. In *Proceedings of the ACM Web Science Workshop on Computational Approaches to Social Modeling*** (Fulper, Ciampaglia, Ferrara, Ahn, Flammini, Menczer & Rowe, 2014).

En este estudio, las/os autoras/es plantean cómo las redes sociales pueden ser indicadores de violencia sexual en los Estados Unidos, a través del análisis de tuits misóginos. Comparan el número de tuits de este tipo con las estadísticas criminalísticas relacionadas con violación que se dan en cada estado, encontrando una significativa asociación entre ambos datos. El estudio analiza una muestra de tuits monitori-

zados desde enero a febrero de 2012, en concreto el 10% del total recopilado. Los resultados preliminares arrojaron que la utilización de lenguaje misógino correlaciona positivamente con las estadísticas de abuso sexual criminal. Concluyen proponiendo su trabajo como un sensor social para detectar el riesgo de violación y otras prácticas de abuso. Las/os autoras/es afirman que el medio social puede ofrecer datos fiables sobre fenómenos del mundo real y sobre comportamientos sociales. En este caso, hacen referencia a un comportamiento social negativo, tal y como es la violencia sexual, pues a pesar de la dimensión de la problemática, no ha sido el centro de atención en su modalidad online.

- ***Gendertrolling: How Misogyny Went Viral*** (Mantilla, 2015).

La autora propone el análisis de narrativas para demostrar la existencia de violencia online contra las mujeres. Para ello, entrevista a periodistas y otras mujeres que han sufrido ataques en sus blogs y que han experimentado estrés post traumático tras varios años de acoso ininterrumpido. En su estudio, sostiene que los hombres utilizan el denominado *gendertrolling* (el acoso online particularizando en las mujeres como colectivo víctima) como reacción al hecho de que las mujeres cuestionen su autoridad introduciéndose en espacios tradicionalmente ocupados por ellos. La autora ofrece el ejemplo del hashtag #Gamergate, el cual analiza tras ser creado para protestar contra la influencia del feminismo en los videojuegos. Del lenguaje violento y sexualizado utilizado en este hashtag se desprende un discurso de rechazo sobre la intromisión y participación de las mujeres en el entorno online. La autora demuestra con su análisis que las mujeres son víctimas de una particular forma de acoso y violencia llamada *gendertrolling*.

- **Online incivility or sexual harassment? Conceptualizing women's experiences in the digital age** (Megarry, 2014).

Se analiza un estudio de caso sobre el hashtag #mencallmethings, en el cual las mujeres describen y discuten el abuso verbal que vienen recibiendo en los entornos online por parte de los hombres. Para ello, se parte de una perspectiva teórica que resume las contribuciones feministas realizadas en los últimos 30 años sobre agresión hacia las mujeres. La conclusión principal de este estudio apunta hacia una clara intencionalidad de los perpetradores de la violencia que apunta hacia el deseo de silenciar y excluir las voces de las mujeres de la esfera pública digital.

- **Online Abuse of Feminists as an Emerging form of Violence Against Women and Girls.** (Lewis, Rowe & Wiper, 2016).

Este estudio, realizado a nivel nacional en Reino Unido, se basa en una doble metodología que por un lado analiza la experiencia de 17 mujeres feministas activas en el entorno online y que sufren diariamente acoso y violencia online, y por otro, realiza 226 cuestionarios que incluyen preguntas relativas al abuso que habitualmente sufren las encuestadas para conocer sus características principales. Los resultados arrojan datos que apuntan a que Twitter es la red en la que más abuso online sufren las mujeres, un abuso que además se califica como continuo, normalizado, frecuente, hostil y sostenido en el tiempo. Aunque supone un antecedente directo para este trabajo de investigación por los resultados y conclusiones que arroja, existe una diferencia metodológica fundamental al basarse este estudio en las opiniones de las mujeres que sufren el abuso online, y no realizar un análisis directo de la red, privando por tanto al estudio de los resultados directos que se obtienen de la monitorización.

C. Resumen de los antecedentes de la cuestión.

Los estudios descritos a lo largo del presente epígrafe y que se plasman a modo resumen en las tablas 2 y 3, han puesto de manifiesto la existencia de una problemática escasamente estudiada y cuyas características fundamentales todavía deben ser investigadas en profundidad. La violencia de género existente en entornos online, tanto aquella que se sucede dentro de las relaciones de pareja como la que se produce fuera de ellas, constituye por tanto un hecho palpable corroborado por los antecedentes de la cuestión que aquí se analizan. Tanto en los estudios nacionales como en los internacionales que se han resumido en las tablas 2 y 3, se puede comprobar que la violencia contra las mujeres en entornos online existe e incluso se normaliza, y que además cuenta con diversas características.

Tabla 2
Comparativa de estudios nacionales.

| Estudio | Metodología | Resultados | Red social |
|---|--|---|---------------------------|
| Donoso et al. (2015) | Cualitativa | Jóvenes vulnerables a sufrir violencias online. | Ninguna. |
| Donoso-Vázquez, Rubio y Vilà, (2017) | Basada en percepción de usuarias/os. | Justificación de violencia de género. Mito amor romántico. Agresión heteronormativa y antifeminista | |
| Donoso y Prado (2015) | Cualitativa Observación participante selectiva | Corrientes neosexistas en redes sociales. | Facebook, Twitter, blogs. |
| Estébanez y Vázquez (2013) | Cualitativa Basada en percepción de usuarias/os | Vulnerabilidad de jóvenes en redes. Control como precepto de amor romántico. Estereotipos de género | Ninguna. |

Tabla 3
Comparativa de estudios internacionales.

| Estudio | Metodología | Resultados | Red social |
|---|---|--|------------|
| Barlett et al (2014) | Cuantitativa Monitorización de keywords. | Existencia de lenguaje violento contra las mujeres. | Twitter. |
| Fox et al. (2015) | Mixta Monitorización de hashtag. Observación de usuarias/os | Existencia de abuso naturalizado contra las mujeres. Anonimato de usuarias/os y hostilidad correlacionan positivamente. | Twitter. |
| McGlashan y Hardaker (2015); Hardaker y McGlashan (2015) | Cualitativa CoCoA (Monitorización hashtag + Análisis discurso) | Lenguaje sexista y violento habitualmente utilizado contra mujeres. | Twitter. |
| Purohit et al. (2016) | Cuantitativa Monitorización de keywords | Existencia de violencia sexual en redes sociales. Uso del humor para naturalizarla. Diferencia entre países. | Twitter. |
| Fulper et al. (2014) | Cuantitativa Monitorización Twitter + estadística offline | Uso de lenguaje misógino indicador de violencia sexual offline. | Twitter. |
| Mantilla (2015) | Cualitativa Análisis de narrativas de usuarias entrevistadas | Acoso online como estrategia silenciadora de mujeres. Lenguaje violento y sexualizado contra mujeres. Rechazo intromisión mujeres en vida pública. | Ninguna. |
| Megarry (2014) | Cualitativa Monitorización hashtag | Violencia como estrategia silenciadora de mujeres. | Twitter. |
| Lewis et al. (2016) | Mixta Análisis de narrativas de usuarias + cuestionarios | Mujeres feministas abusadas online. Hostilidad contra mujeres. | Ninguna. |

Los tres únicos estudios realizados en España en relación al objeto de la presente investigación (Donoso & Prado, 2015; Donoso et al., 2015; Donoso-Vázquez, Rubio & Vilà, 2017; Estébanez & Vázquez, 2015), coinciden en afirmar que son las mujeres jóvenes las más propensas a sufrir violencia online. Éstas conforman un colectivo habitual al que dirigir agresiones y acoso online, existiendo una tendencia hacia la normalización y la justificación de la violencia. Se apunta igualmente hacia la idea de que el sexismo benevolente continúa extendiéndose entre la población joven, que sitúa el mito del amor romántico como objetivo a conseguir en sus relaciones (Estébanez & Vázquez, 2013). Tal y como se puede apreciar en la tabla 2, los estudios de Donoso et al. (2015), Donoso-Vázquez, Rubio y Vilà (2017) y de Estébanez y Vázquez (2013) basan su metodología de investigación en el análisis de las percepciones de las/os usuarias/os, mientras que el de Donoso y Prado (2015) se centra en la exploración directa de redes sociales, pero no analiza ninguna red de manera integral. Éste último estudio señalado arroja resultados de relevancia que se relacionan con una de las temáticas de esta investigación: la existencia de una corriente neosexista y antifeminista en las redes sociales.

Con los resultados de este estudio realizado por Donoso y Prado (2015), coinciden los obtenidos por otras/os autoras/es a nivel internacional (Lewis, Rowe & Wiper, 2016), que apuntan hacia la existencia de agresiones continuadas contra mujeres declaradas feministas que vuelcan sus opiniones en entornos públicos. Éste estudio y el de Mantilla (2015), se diferencian metodológicamente del resto de estudios internacionales incluidos en la tabla 3 por el hecho de que combinan técnicas narrativas con cuestionarios a usuarias de redes y no se adentran directamente en el estudio de las redes sociales. El resto de investigaciones internacionales incluidas como an-

tedentes de la cuestión (Bartlett et al., 2014; Fox et al., 2014; Hardaker & McGlashan, 2015; McGlashan & Hardaker, 2015; Purohit et al., 2016; Megarry, 2014) exploran directamente las redes sociales a través de metodologías generalmente cuantitativas o mixtas, y principalmente se basan en el estudio del lenguaje abusivo y ofensivo que se da contra las mujeres en las redes sociales. Todos ellos han demostrado la existencia de ataques violentos, sexualizados y hostiles contra las mujeres concretamente en Twitter, haciendo alusión además a la intención silenciadora de los mismos.

Teniendo en cuenta el escaso número de investigaciones realizadas sobre la temática de este estudio, cabría afirmar que tanto la metodología como las hipótesis planteadas en esta investigación son novedosas, y pueden por tanto colaborar en la extensión de este campo investigador. En primer lugar, porque en ninguno de los estudios existentes se ha abordado la violencia simbólica en redes sociales. En segundo lugar, porque ninguno de ellos lleva a cabo un análisis completo de todos y cada uno de los tipos de violencia que pueden darse en Twitter, habiéndose centrado generalmente en una única parcela (por ejemplo, sólo en violencia hostil o sólo en violencia en pareja).

Segunda Parte:

Investigación.

I. Introducción.

La eclosión de internet a escala global replantea la relación entre tecnología y sociedad, y provoca una transformación de las reglas del juego sociopolítico en el ciberespacio, que acabará sin duda por afectar al propio juego social (Castells, 2001). De ello se desprende el hecho de que “las Ciencias Sociales cada vez irán aceptando en mayor medida la oportunidad y lógica de la necesidad de investigar, analizar y comprender lo que las personas hacen y cómo se relacionan en internet más allá de las ciencias computacionales” (Del Fresno, 2011, p.35). Internet y las redes sociales se constituyen como un indiscutible filón de generación de riquezas que, utilizado convenientemente, sorprenderá por su carácter adaptable a propuestas innovadoras en materia de investigación (Gebera, 2008). En los últimos veinte años, se ha producido una alteración global tanto de las estructuras como de las interacciones entre sujetos y grupos sociales, marcada profundamente por un nuevo marco tecnológico que ha dado lugar a nuevos objetos de estudio y nuevas formas de abordarlos.

Esto a su vez ha producido una serie de innovaciones materiales y técnicas en el ámbito investigador que otorga la oportunidad de recapacitar y cuestionar planteamientos investigadores cotidianos y mecanizados al calor de nuevas maneras de producir datos y de construir objetos de investigación (Sádaba, 2012, p.198).

Desde hace apenas cinco años, se ha venido utilizando un término para denominar al conjunto de procesos tecnológicos que se basan en la recolección masiva de datos y en la captura de los valores que dichos datos encierran: *big data*. Por masiva se entiende aquella cantidad de información cuyo tamaño no puede ser recogido, capturado o almacenado con herramientas tradicionales de base de datos (Maté, 2014). *Big data* representa un nuevo paradigma dentro del análisis de datos que, sin embargo, se ha venido orientando al análisis cuantitativo de mercados. En esta investigación se va a partir de una cantidad masiva de datos para su posterior análisis, pero al no existir un interés cuantitativo, se ha optado por recurrir a la netnografía como variante metodológica crecientemente utilizada para indagar sobre lo que sucede en las comunidades virtuales (Gebera, 2008; Xun & Reynolds, 2010). Esta metodología se aleja del enfoque cuantitativista de mercado utilizado para el análisis de *big data* (también denominado minería de datos), y parte de un abordaje cualitativo (también denominado minería de opiniones).

Métodos de investigación incipientes como la etnografía digital, la netnografía (Del Fresno, 2011; Kozinets, 1997), la etnografía online (Markham, 2005) o la etnografía virtual o digital (Hine, 2000; Murthy, 2008; Sádaba, 2012; Vela & Cantamutto, 2016) se postulan como oportunidades incipientes para explorar comunidades online de manera cualitativa, ya sea el/la investigador/a participante virtual o mero/a observador/a online. Este tipo de comunidades constituyen entornos naturalizados en los que poder obtener información valiosa de gran parte de la población, la mayor parte de las veces participante en investigaciones sin tan siquiera ser conscientes de ello, con las ventajas que esto puede conllevar en estudio de carácter cualitativos. Por ejemplo, la evitación de la deseabilidad social que en ocasiones acompaña a los estu-

dios sociales, y además el acceso de manera libre a la fuente directa de una información que fluye sin filtros ni intermediarios.

La netnografía es el método novedoso elegido para desarrollar este trabajo de investigación, que brinda la oportunidad de aproximarse a un objeto de investigación particular, las redes sociales; a través de un método cualitativo e interpretativo de investigación que permita analizar el comportamiento de las/os usuarias/os en las comunidades virtuales (Gebera, 2008). Bien es cierto que la utilización del concepto es aún incipiente, no universal, y deriva de un enfoque concreto de la etnografía digital. Sin embargo, a pesar de no constituirse como el único método científico para el análisis de las comunidades virtuales, su propuesta de investigación apuesta por el uso de sistemas informáticos para rastrear comunidades virtuales y proporcionar después todos los datos sobre las mismas a las y los analistas, que son las/os encargadas/os de dotar de sentido a la información y elaboración de conclusiones (Redondas, 2003).

El número de investigadoras/es que están utilizando Twitter como objeto de estudio crece de forma exponencial como consecuencia de la fuente libre de información que supone, y concretamente, el número de estudios realizados en esta red en relación al género crece de forma más paulatina, colaborando esta investigación a su crecimiento.

Para desarrollar el trabajo de campo se llevan a cabo dos estudios basados en la monitorización de la red social Twitter a través de una herramienta informática que se detallará en las próximas líneas. En el estudio 1, se explora un corpus de textos compuesto por mensajes categorizados como violentos y obtenidos tras la monitorización de Twitter sometido al impacto de una serie de palabras clave (que se denominará dataset 1). En el estudio 2, que se realiza con el objetivo de reforzar la fiabili-

dad y la validez de los resultados del estudio 1, se analiza un estudio de caso único conformado por los tuits vinculados a un hashtag relacionado con temática de género (y que se denominará dataset 2). El análisis que se realiza se centra en una fracción de Twitter, priorizando el análisis cualitativo de los discursos digitales violentos que se dan en esta red social y no otros con los que también convive. Hay que tener en cuenta que la amplitud y características particulares de Twitter, lo convierten en un contexto complejo, a la par que interesante, de abordaje para las/os investigadoras/es cualitativas/os, por lo que hay que partir de una serie de limitaciones derivadas de ello que se analizarán de manera pormenorizada en el epígrafe correspondiente.

A lo largo de este apartado, se describen con detalle cuáles han sido los procedimientos empleados para la realización de ambos estudios, no sin antes plasmar de manera concreta cuáles son los objetivos e hipótesis de los que parte este trabajo de investigación.

II. Objetivos e hipótesis.

A. Objetivos:

En este estudio se plantea el objetivo de **identificar y caracterizar los posicionamientos discursivos violentos que se suceden en Twitter contra las mujeres, analizándolos y clasificándolos**. La finalidad principal es visibilizar el fenómeno de las violencias de género en esta red social a través de los discursos digitales identificados, así como contribuir a la reflexión y articulación de estrategias contra la problemática desde el Trabajo social

B. Hipótesis.

- ✓ Hipótesis 1: en Twitter se sostienen posicionamientos violentos tanto explícitos como simbólicos contra las mujeres.
- ✓ Hipótesis 2: en Twitter existen posicionamientos violentos explícitos contra las mujeres que son visibles en la red, participan activamente y/o se alejan de los patrones estéticos y/o normativos esperados socialmente (constructo 1: sexismo hostil).
- ✓ Hipótesis 3: en Twitter existen posicionamientos en los que se fomenta la creencia sobre la debilidad de las mujeres y su necesidad de protección, así como sobre los mitos asociados al amor romántico (constructo 2: sexismo benevolente).
- ✓ Hipótesis 4: en Twitter se recurre al humor para naturalizar la violencia explícita o simbólica contra las mujeres (constructo 3: micromachismos).
- ✓ Hipótesis 5: en Twitter existe violencia simbólica y explícita contra las mujeres que se declaran feministas, reivindican la igualdad de género o cuestionen las estructuras patriarcales (constructo 4: neosexismo).

III. Metodología.

A. Netnografía como método de investigación.

Las nuevas tecnologías nos brindan técnicas pioneras y nuevos objetos de investigación, que sin duda deben ser explotados, por lo que la revisión de los procesos investigadores actuales se constituye como un requisito inherente a la evolución científica. Este trabajo de investigación es un ejemplo de ello, no solo por partir de un objeto de investigación novedoso, sino también por emplear para su estudio una metodología adaptada al mismo. Tal y como se ha explicado previamente, la netnografía es una forma científica incipiente de análisis de las comunidades virtuales que se puede desarrollar en dos fases generales (Del Fresno, 2011):

- A. Recogida de datos: Fase automática llevada a cabo a través de la monitorización informática de la red social en un período concreto, sometidos al impacto de ciertas variables establecidas previamente, ya sean palabras clave o etiquetas. Estas variables atañen a un espectro de indicadores establecidos previamente.
- B. Análisis: Una vez recogidos los datos y filtrados convenientemente, se leen y extraen de manera manual los contenidos sobre la base de los criterios previamente establecidos. En caso de tratarse de gran cantidad de información difícilmente manejable, se realiza una muestra aleatoria, cuyos mensajes resultantes se analizan posteriormente.

Son estas dos fases generales las que se llevan a cabo en este estudio, aunque si bien, adaptadas de forma concreta al objeto de investigación, que en este caso se desarrolla en Twitter. Hardaker y McGlashan (2015) proponen un método de análisis específico para estudios en Twitter que se detallará en el próximo apartado. De manera previa, es necesario analizar qué implicaciones metodológicas ofrece la investigación online o netnografía:

- *Incorporación de nuevas herramientas de producción, registro y recolección de información y datos sociológicos.*
- *Ampliación de campos de estudio.*
- *Creación de un contexto de investigación más reflexivo donde el individuo puede o no ser parte del objeto de estudio*
(Sádaba, 2012, p.211).

Al igual que ocurre con todas las metodologías que suelen utilizarse para el acercamiento a la realidad, la netnografía ofrece una serie de ventajas e inconvenientes al respecto de la utilización de métodos y técnicas de investigación online que se expresan a continuación (Sábada, 2012).

Ventajas

- Permanencia de la información a lo largo del tiempo, mientras que con la metodología tradicional offline ésta es efímera, fugaz y perecedera.
- Mayor accesibilidad, porque la información es apropiable y copiable, mientras que la información a obtener a través de métodos tradicionales offline es privada y en muchos casos inalcanzable. Fuente inagotable de información.

- No intrusivo, lo cual puede evitar la deseabilidad social de las/os participantes estudiados/as, pues en la mayor parte de los casos desconocerán que están siendo analizados.

Inconvenientes

- Ausencia de marcas de tiempo/espacio claras, con la consecuente dispersión de escenarios y horarios propios.
- Incertidumbre identitaria, pues en muchos casos las personas se camuflan tras nicks o pseudónimos que no permiten conocer la identidad.
- Incertidumbre al respecto de lo observado, que puede plantear un problema de veracidad que sin embargo no difiere de lo que puede ocurrir en la utilización de técnicas tradicionales. ¿Acaso todos dicen la verdad cuando somos sometidos a un cuestionario?
- Dualismos realidad/mundo virtual.

El método netnográfico debe adaptarse a la singularidad de cada una de las redes o espacios en los que se contextualiza, por ello, McGlashan y Hardaker (2015), proponen en su estudio una variante de esta metodología adaptada de forma concreta a Twitter al respecto de los posicionamientos sexistas que se expresan online y que será tomado como referencia para el trabajo de campo de esta investigación. Aunque, al igual que ocurre con la netnografía, no se trata de un procedimiento universal aceptado y utilizado de manera generalista, sí se constituye como una opción innovadora que permite explorar de manera profunda la red social Twitter, y que se basa en técnicas tradicionales adaptadas al nuevo contexto: es el *Computer-assisted qualitative data analysis software*.

B. *Corpus-assisted Discourse Analysis* (CoCoA).

McGlashan y Hardaker (2015) proponen el *Corpus-assisted Discourse Analysis* (CoCoA), como una aproximación multimetodológica al estudio de los discursos digitales en Twitter, combinando una primera fase denominada *Corpus Linguistics*, en adelante CL, y una segunda fase llamada *Discourse Analysis*, en adelante DA. Esta metodología doble no debe ser entendida como segmentada y arbitraria, sino como complementaria, al construirse desde diversos campos del saber y de la investigación (Deltell, 2014). Engloba todos aquellos programas informáticos utilizados para el análisis cualitativo de textos y datos. Algunas de las características de este tipo de software aplicado a la investigación son las siguientes (McGlashan & Hardaker, 2015):

- Confieren rapidez al procedimiento de identificación, manipulación, clasificación y exposición de la información.
- Mejoran la gestión de la información, especialmente en casos de corpus de texto amplio.
- Operativizan el proceso de recolección de datos, utilizando un solo formato.
- Facilitan tareas de confección de códigos y mapas gráficos relacionales.

A continuación, se detallan las fases y características de esta metodología de forma amplia, principalmente por tratarse de una forma novedosa de aproximarse a la realidad virtual.

B.1. *Corpus Linguistics (CL).*

Se constituye como una aproximación metodológica orientada al estudio del lenguaje (Baker, 2014). Su uso se ha extendido recientemente para el abordaje científico de amplias muestras de textos online. Aunque puede ser tachada de una metodología puramente cuantitativa, cada vez más estudios orientan y reformulan la misma situándola como punto de partida para el desarrollo posterior de estudios cualitativos (Baker, 2014; Mayring, 2010; Sandelowski, 2000). CL se constituye como la versión tecnológicamente adaptada del análisis de contenido cualitativo tradicional. Puede tener tanto un fin descriptivo como inferencial, y puede ser utilizada tanto como técnica de análisis cuantitativa como cualitativa, siendo su fundamento el propio corpus (Mancera & Pano, 2014), cuyo ámbito investigador se focaliza en dicho corpus y que parte de una base metodológica distinta, como puede ser el análisis del discurso (Baker, 2006; Kock, 2001; Lavid, 2005; Leech, 1992). Se añade el hecho de que CL puede extenderse más allá del abordaje del mero contenido manifiesto, y hacer frente al contenido latente. La manera de entender un corpus ha evolucionado, y en el caso de textos digitales publicados en la web, la explotación de los mismos obliga a llevar a cabo conceptualizaciones y análisis multidimensionales (Mancera & Pano, 2014). Además, la necesidad de técnicas para el análisis de grandes volúmenes de información ha producido el auge de las metodologías propias de análisis cualitativo de textos (Gálvez, 2012), que es de la que se partirá para este estudio. Por su parte, Bardin (1986) denomina el análisis de contenido del que parte esta metodología como:

Un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendentes a obtener indicadores, cuantitativos o cualitativos, por procedimientos sistemáticos y objetivos del contenido de los mensa-

jes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción de estos mensajes (p.32).

Desde esta perspectiva, la información obtenida en el análisis también puede contar con un carácter cualitativo, quedando así esta técnica disponible para el estudio, no solo de componentes manifiestos, sino también de componentes latentes del proceso de comunicación (Gálvez, 2012; Mayring, 2010). Así, el análisis de contenido puede aplicar de forma sistemática reglas de codificación para clasificar contenidos que pueden ir más allá de un mero resumen numérico posterior, pudiendo alcanzar un análisis temático o semántico. Existen referencias de utilización de esta metodología en estudios del campo del Trabajo Social, tales como el de Johnston-Goodstar, Richards-Schuster y Sethi (2014) o Braun y Clarke (2013), aplicado al uso de narrativas.

CL sirve como base para el análisis de resultados de este trabajo de investigación, para posteriormente profundizar en los mismos a través de la segunda fase metodológica: el *discourse analysis*, o lo que podría denominarse un análisis de posicionamientos.

B.2. *Discourse Analysis (DA).*

Según Ortí (1998), el análisis del discurso se encuentra orientado a la comprensión e interpretación de textos producidos por alguien en una situación interpersonal concreta. Esto debe ser entendido como una “labor analítica ambigua que rompe y descompone el texto para luego suturarlo y recomponerlo de nuevo, interpretándolo”

(Brito, 2009, p.25). En esta segunda fase metodológica se lleva a cabo el análisis de del discurso digital hallado en Twitter, existiendo antecedentes de utilización recientes que confirman una exitosa aproximación cualitativa para amplias muestras de textos (Baker, 2006; McGlashan & Hardaker; 2015).

La transformación que han experimentado el canal de la comunicación y el soporte del mensaje con la tecnología digital, ha permitido la creación de esta nueva clase de discurso, el discurso digital, que cuenta con un carácter multimedia y contiene elementos visuales y acústicos, y elementos lingüísticos y no lingüísticos” (Albadalejo, 2011, p.15). El análisis del discurso enfocado desde la netnografía evoluciona y se enfrenta a discursos colaborativos, encadenados y amplificadas que se empiezan a conocer como *transmedia*. Goffman (2009) se refiere al discurso digital como aquel que plantea un enmarcamiento interpretativo que facilita la comunicación como un problema retórico.

En él, cada interlocutor, en cada situación de comunicación concreta, y a partir de su conocimiento del contexto cognitivo mutuo, elige de entre las opciones ofrecidas por el marco de intercambios, y en el caso del discurso digital, las posibilidades de las distintas plataformas, aquellas que mejor se adaptan para conseguir sus propósitos comunicativos (Cantamutto & Vela, 2016, p.302).

En este sentido, la *retórica* se constituye un concepto de origen históricamente remoto, “se constituye como una herramienta indispensable para comprender hechos

comunicativos en entornos digitales” (Gutiérrez-Sanz, 2016, p.68), ya que es capaz de abarcar toda la complejidad del hecho comunicativo y no solo las variables del texto (Albadalejo, 2011). Necesariamente se debe explorar el análisis del discurso digital como un campo de estudio emergente que da lugar a nuevas formas metodológicas “para la investigación de discursos en Twitter centradas en el análisis de la construcción de marcos ideológicos interpretativos de realidades sociales” (Gutiérrez-Sanz, 2016, p.72). A lo largo del siguiente epígrafe se analiza de manera detallada cómo se ha elaborado el diseño de investigación, que parte de ambas fases del método CoCoa (*CL* y *DA*) para el análisis del objeto de estudio de este trabajo, y sobre la base de qué criterios.

C. Diseño.

¿Por qué se elige Twitter para este trabajo de investigación?

Principalmente, por tratarse de una plataforma en la que los mensajes o tuits circulan de forma abierta, y cualquier mensaje emitido por un usuario o una usuaria puede ser potencialmente leído por los demás. Otras redes como Facebook o Google+ son de naturaleza privada, y permiten exclusivamente el acceso a sus contenidos a aquellas/os usuarias/os que pertenecen a su grupo de amigas/os. Twitter proporciona un caudal público de información que recoge opiniones totalmente espontáneas, en muchos casos anónimas. Además, la brevedad de sus mensajes (140 caracteres), facilita su utilización y favorece la difusión de contenidos, permitiendo incluso agrupar los mensajes por temáticas a través de hashtags. El volumen de datos que puede

obtenerse de su análisis supera con creces al de cualquier muestreo, ya que el que se utiliza para este tipo de investigaciones es continuo (Congosto, 2014). Por tanto, a pesar de que Twitter no es la red que cuenta con mayor alcance social en el momento actual, sí permite obtener colecciones de datos que, debidamente procesados, aportan al análisis sólidos cimientos cuantitativos (Congosto, 2015).

Diseño de la investigación

En este trabajo se realiza un estudio general (estudio 1), basado en el análisis de un corpus de textos obtenidos tras la monitorización de Twitter sometido al impacto de unas categorías concretas (dataset 1: ver epígrafe *Categorías*). Posteriormente, se lleva a cabo un estudio de caso (estudio 2), vinculado a un *hashtag* cuyos tuits versan sobre temática de género (dataset 2). La elección de realizar un segundo estudio complementario al primero responde al objetivo de ofrecer una visión doble sobre el fenómeno que refuerce los resultados obtenidos en el primer estudio. Llevar a cabo dos estudios diferentes favorece la triangulación de los resultados, al disponer de dos fuentes de evidencia que permiten validar varias perspectivas. Este tipo de triangulación se utiliza en Ciencias Sociales en un intento de explicar de manera más completa y desde diversos puntos de vista la complejidad del comportamiento humano (Cohen & Manion, 1994). Permite, no solo reforzar los resultados hallados en el estudio 1, sino también añadir otros que otorgan una visión más completa del fenómeno y que se especificarán en el apartado de resultados. En otras palabras, el estudio de caso 2 sirve como una estrategia de investigación que se dirige a comprender las dinámicas existentes en contextos singulares (Eisenhardt, 1989), que favorece la comprensión integral de los resultados hallados en el estudio 1. Además, cada estudio

cuenta con una perspectiva diferenciada, una vinculada a la influencia social (estudio 2) y otra al uso de unas palabras concretas (estudio 1). En el estudio 1, el corpus de textos obtenido se basa en un criterio de influencia mediática de los mensajes, sin embargo, en el estudio 2 el criterio de selección del corpus de textos únicamente se encuentra vinculado a un tema. Esto permite enriquecer los resultados finales al incluir en el análisis tanto mensajes influyentes como no influyentes de sendos corpus. En ambos estudios se desarrollan la misma metodología y el mismo procedimiento, partiendo de las mismas categorías, analizándose en ambos los campos temáticos que se desprenden de sus respectivos corpus de textos, así como el contenido latente de los mismos y los discursos digitales.

En primer lugar, con una aproximación descriptiva a las temáticas, usuarias/os y usos del lenguaje que se desprende del contenido (CL). En segundo lugar, con una organización de los posicionamientos categorizados como violentos, y que permiten elaborar una clasificación de su tipología e intencionalidad (DA). Esta metodología cualitativa, denominada *CoCoA* (Hardaker & McGlashan, 2016), incluye una primera aproximación más descriptiva y dimensional a los tuits que conforman la muestra (CL), y una segunda parte que pretende analizar de manera más profunda los discursos digitales generados, con especial incidencia en los tuits categorizados como violentos (DA). Estas/os autoras/es proponen la utilización combinada de ambas partes, ya que dicha tendencia está creciendo considerablemente en la aproximación científica a este tipo de corpus de textos por la capacidad que presenta como método potente de triangulación. Los estudios de aproximación al discurso aplicados a las nuevas tecnologías pueden emplear el análisis de contenido (o CL) para registrar prácticas sistemáticas en el uso del lenguaje que desvelan estructuras de relaciones entre

ideología y lenguaje (Baker, 2014). Sin embargo, ésta técnica por si sola podría dar lugar a resultados parcializados y excesivamente cuantitativistas, algo que puede paliarse con una aproximación cualitativa a los discursos digitales de una selección de textos (DA) y que sin duda constituye la técnica más idónea para profundizar en los resultados descriptivos preliminares e imprescindible para la consecución de los objetivos de este trabajo de investigación. En palabras de las/os autoras/es que han planteado el uso de esta metodología para el análisis específico del discurso digital de Twitter, “el lenguaje, al respecto del análisis del discurso que se realiza en redes sociales, se constituye como la mejor forma de observar y analizar las ideologías, tales como el sexismo, racismo o patriotismo” (Hardaker & McGlashan, 2016, p.85). Por ello, con el objetivo de hacer interpretables los significados de los mensajes que conforman los corpus de textos seleccionados para este estudio y lograr que a partir de los mismos queden plasmados los principales sentidos de las/os usuarias/os de Twitter, se considera fundamental completar los resultados obtenidos en la fase CL con una segunda fase de análisis de tipo lingüístico-discursivo (DA).

Este tipo de integración metodológica permite abordar el objeto de investigación de una forma más completa, enriqueciendo así los resultados de este trabajo al respecto de los objetivos propuestos. Por tanto, esta investigación realiza un análisis, no solo de los usos del lenguaje o de los campos temáticos que se desprenden de los mismos (CL), sino también de la intencionalidad de los mensajes o las relaciones semánticas que aparecen entre ciertos temas (DL) (Álvarez, 2010). En palabras de Alonso (1998), se abordaría la dimensión comunicacional y no la meramente informacional.

C.1. Estudio 1: palabras clave.

Este primer corpus de textos (dataset 1), se conforma en base la monitorización de Twitter sometido al impacto de una serie de palabras clave o *keywords* establecidas previamente y relacionadas con terminología violenta utilizada contra las mujeres, ya sea de forma simbólica o manifiesta. La elección de las mismas responde al marco teórico que contextualiza este trabajo, y se especifican en la tabla 4.

Tabla 4
Palabras clave o keywords introducidas (dataset 1).

| Grupo I | Grupo II |
|---|--|
| HEMBRISTA DENUNCIAS FALSAS FEMINAZI MUJER/ES | PUTA ZORRA VIOLAR GOLFA GUARRA |

Se seleccionan dos grupos de palabras, el primero de ellos vinculado a insultos o terminología neosexista utilizada, y el segundo de ellos vinculado a insultos y terminología explícitamente hostil. No se incluyen palabras clave concretas vinculadas a los otros dos constructos teóricos que contextualizan este estudio, micromachismos y sexismo benevolente, principalmente porque ambos afectan de manera transversal y generalmente invisibilizada y no se vinculan necesariamente a palabras concretas. Sin embargo, sí se analizan los posicionamientos que se hallen al respecto de dichos bloques en el corpus de textos.

Una vez detalladas éstas, se capturan todos los mensajes o tuits obtenidos en Twitter que las contengan durante un período ininterrumpido de cuatro meses, concretamente del 15 de agosto al 15 de diciembre de 2015, tiempo establecido como válido por autoras/es expertos en análisis de la red social Twitter (Congosto, 2015; McGlashan & Hardaker, 2015). La elección del período de agosto a diciembre responde al hecho de poder combinar meses habitualmente laborables con periodos vacacionales, lo cual permite contar con distinta disponibilidad de las/os usuarias/os de Twitter. Coincide además el hecho de que en durante dichas fechas tiene lugar una agresión a una mujer política cuyo hashtag creado se constituye como estudio de caso en este trabajo de investigación.

Todos los tuits recopilados, son clasificados tanto por días, para facilitar su posterior análisis, como por la influencia que han tenido en la red (mensajes más retuiteados). Debido al enorme número de tuits obtenidos, que no permite hacer manejable el dataset para su análisis manual, se deben realizar diversos filtros, que se especifican en el epígrafe correspondiente a *procedimiento*.

Para el análisis se utiliza el método CoCoA (Hardaker & McGlashan, 2015) y su proceso se detalla igualmente en el apartado de *procedimiento*.

C.2. Estudio 2: estudio de caso.

“Un caso es un objeto de estudio con unas fronteras más o menos claras que se analiza en su contexto y que se considera relevante bien sea para comprobar, ilustrar o construir una teoría o parte de ella (...)” (Coller, 2000, p.29). El motivo por el cuál se otorga la consideración de estudio de caso al segundo estudio realizado en esta investigación, y que genera un nuevo corpus de textos (dataset 2), responde al hecho de que se trata de una etiqueta de Twitter concreta, vinculada a un suceso particular ocurrido, que genera un hilo discursivo vinculado a un contexto y cuya importancia es otorgada por las/os propias/os usuarias/os.

Este estudio de caso engloba un corpus de textos formado por todos los tuits vinculados a un hashtag (#), cuya temática principal a priori se relaciona con materia de género, aunque no necesariamente categorizados como violentos. Es decir, se recopilan y leen todos los tuits vinculados al hashtag elegido para poder establecer un análisis temático y de usuarias/os (CL), y posteriormente analizar los posicionamientos desprendidos, incidiendo especialmente en el abordaje de los mensajes categorizados como violentos (DA).

Hay que recordar que estos hashtags son creados por las/os propias/os usuarias/os, y que se analizan por la capacidad de difusión con la que cuentan y por haber sido las/os propias/os participantes quienes han elegido el tema como relevante. La elección del hashtag en concreto, #TodosconinmaVOX, se justifica en el hecho de que al realizar el estudio 1 y analizar el primer corpus de textos extraído de Twitter

(dataset 1), se observan referencias habituales a este hashtag en mensajes que contenían la palabra “feminazi”. Este hecho genera el interés de la investigadora en el hashtag y, en el afán por profundizar en la información obtenida en el dataset 1, se decide monitorizar esta etiqueta como estudio de caso, analizando íntegramente todos los mensajes.

Inmaculada Sequí es una estudiante de derecho de 20 años que desde los doce se ha involucrado en temas políticos, hasta haber acabado formando parte de la creación de un nuevo partido (VOX, 2013). Ha sido candidata del partido político VOX a las elecciones municipales de Cuenca en 2015 y actualmente ocupa el cargo de Vicesecretaria de Juventud de VOX. Este partido se define a sí mismo como un partido de derecha. Inmaculada se ha mostrado muy activa en redes sociales, especialmente en Twitter, donde son habituales sus comentarios en defensa de la tauromaquia y la libertad y unión de España, y en contra del islam, del comunismo, del aborto o de la entrada de refugiados en España. Estas muestras de libertad de expresión han sido utilizadas como excusa por numerosas/os usuarias/os para llevar a cabo diversos ataques cibernéticos contra ella en los que se critica duramente su ideología y su persona. El 25 de agosto de 2015 sufrió una agresión física². El hecho ocurrió en la puerta de su domicilio, donde tres personas le propinaron una paliza al grito de “fascista”. Los resultados de dicha agresión se tradujeron en diversas lesiones, entre las que figuraban varias contusiones y un esguince de muñeca. Este suceso tuvo gran repercusión mediática, y desde el momento en el que Inmaculada se encontraba siendo atendida en el Hospital de Cuenca, los medios de comunicación hicieron eco de la noti-

² Se puede ampliar información sobre la noticia en el siguiente enlace, que remite a un artículo de prensa digital <http://www.abc.es/espana/20150826/abci-inma-agresion-201508252130.html>

cia, que comenzó a propagarse a través de las redes sociales. Su partido político creó una etiqueta o hashtag #TodosconinmaVOX, con la que se inició la vehiculización de diversas corrientes de opinión sobre la temática. Al igual que ocurre con otros hashtags, esta etiqueta dio pie a la conformación del corpus ideológico y propagandístico de la agresión a Inmaculada Sequí, generando el proceso mediante el cual los actores y actrices discursivas manifiestan su perspectiva. El hashtag fue rápidamente difundido por las/os usuarias/os, haciendo que los algoritmos de promoción de contenidos de Twitter convirtieran la etiqueta en tendencia estatal o trending topic durante nueve horas y cuarenta minutos de la jornada del 25 de agosto de 2015. Dicha agresión da lugar a miles de mensajes que giran en torno al hashtag creado, tanto de apoyo, como de justificación de la violencia, como a otras temáticas que merecen ser analizadas de manera pormenorizada por la relación directa que guardan con el objeto de este trabajo de investigación. El número total de tuits que se genera en la red bajo el hashtag #TodosconinmaVOX fue de 4.995, constituyendo así el estudio de caso a analizar en este trabajo de investigación (dataset 2). Tal y como se mencionó previamente, para el análisis de este corpus de textos, se utiliza el método CoCoA (Hardaker & McGlashan, 2015) y su proceso se detalla en el apartado de *procedimiento*.

Sin embargo, es necesario realizar una serie de aclaraciones al respecto de este caso, pues al analizar los resultados, se detectaron diversas características que apuntan hacia una gran complejidad del mismo. El estudio de caso elegido aún a dos dimensiones que implican posicionamientos diferenciados. Por una parte, el relacionado con la dimensión de género, al ser la agredida una mujer, y por otra, el relacionado con la dimensión ideológica, al ser la agredida una representante de un partido de

ultraderecha. Es un caso particular y contradictorio en el que no ha sido sencillo en ocasiones aislar la dimensión de género, principalmente por el entorno ideológico en el que se ha desarrollado. Por un lado, defensores de la ideología sobre la que se postula la agredida y generalmente contrarios a la ideología de género, restan importancia al suceso como violencia de género, pero a la vez cuestionan que las personas de izquierdas no lo condenen como tal. Por otro, personas habitualmente progresistas, apuntan a una justificación de la agresión, cuando habitualmente defienden el feminismo y critican a aquellos que justifican la violencia contra las mujeres.

D. Procedimiento.

La metodología propuesta para ambos estudios (1 y 2) parte de un muestreo continuo de Twitter, realizado desde la plataforma *T Hoarder*³ (Congosto, Basanta-Val & Sánchez-Fernández, 2017). Se obtiene por un lado el corpus de textos compuesto por los tuits obtenidos tras la monitorización de Twitter sometido al impacto de las palabras clave introducidas mensajes vinculados a un hashtag (dataset 1), y por otro, el segundo corpus de textos que contiene los tuits vinculados a un hashtag (dataset 2). En ambos casos se procura realizar una aproximación a las/os usuarias/os que emiten los tuits, aunque estos datos son generalmente muy escasos. En concreto los siguientes: Nombre ficticio, nombre real, localización, biografía y URL, siendo solo obligatorios los dos primeros.

³ Se puede ampliar información sobre la misma en <http://t-hoarder.com/about.html>

La recopilación de tuits se lleva a cabo a través de la aplicación *Application Programming Interface*, comúnmente conocida como *API* de Twitter (en adelante, API). API⁴ es conocida como un conjunto de funciones y procedimientos que ofrece una biblioteca de información sobre los mensajes, usuarias/os y relaciones que se dan en la red social para su posterior utilización o análisis. Existen diversas modalidades de APIs de Twitter, habiéndose elegido la versión API Streaming por tratarse de una herramienta de captura desarrollada para una recopilación intensa de datos que no es posible capturar con otras versiones de API. Por tanto, está especialmente diseñada para la captura de un gran caudal de tuits, constituyéndose como la herramienta de Twitter más utilizada para proyectos de investigación de gran envergadura.

Esta aplicación requiere contar con un sistema de almacenaje muy extenso, pero sin embargo la captura y explotación de los datos, recogidos del *timeline* de todas/os las/os usuarias/os que tuitean durante el período de monitorización, resulta relativamente sencilla. La captura de los tuits con la API se realiza a través de una descarga continuada y soportada por servidores programados para evitar cualquier interrupción en la recogida de los datos, asegurando de esta forma la imposibilidad de pérdida de información. El monitoreo se inicia con el lanzamiento de una consulta o *query*, que contiene en este caso las variables predeterminadas. La obtención de este tipo de datos resultaría inviable si se realizara de forma manual, por el amplio número de mensajes que fluctúan en la red social, y que requieren ser capturados en tiempo real. Es por ello por lo que la herramienta API Streaming se vuelve imprescindible para cualquier trabajo de investigación relacionado con Twitter que requiera de una gran

⁴ Se puede ampliar información sobre API Streaming en el siguiente enlace <https://dev.twitter.com/streaming/overview>

intensidad de datos. Y aún así, su análisis cualitativo requiere de un trabajo minucioso de muestreo por parte de las y los investigadoras/es, al manejarse grandes cantidades de información que no pueden abordarse manualmente de manera íntegra.

Los criterios de obtención de los tuits se particularizan sobre la base de las siguientes instrucciones:

*Dataset 1: Tuits obtenidos tras la monitorización de Twitter sometido al impacto de las keywords establecidas previamente.

*Dataset 2: Tuits que contienen la etiqueta #TodosconinmaVOX.

El dataset final se obtiene de la suma de los dos dataset separados (1 y 2).

Para cada tuit obtenido se obtienen los siguientes datos:

Date -Time- Text- Id_user- Screen_name- Followers- Location.

A continuación, se explica de forma detallada cuál ha sido el procedimiento para la obtención de los datos relativos al trabajo de campo de este proyecto de investigación de los dos dataset (1 y 2).

A) DATASET 1.

Período de captura: Del 15 de agosto al 15 de diciembre de 2015.

Volumen de datos inicial: 63,6 millones, incluyendo falsos positivos, spam, retuits y replies.

Volumen final de datos (tras el filtrado): 32.435 tuits.

A través de API Streaming y su opción de filtrado, se seleccionan los mensajes que contengan las palabras clave establecidas previamente por la investigadora. Si los tuits se ajustan al patrón fijado, pasan a formar parte de la muestra previa y se van archivando en un fichero. Dado que esta aplicación recopila los mensajes a tiempo real, no es posible monitorizar los tuits una vez pasada la fecha. Una vez finalizado el periodo establecido para la monitorización, se obtiene un fichero final que contiene los datos obtenidos en bruto, que posteriormente se depuran y relacionan, hasta obtener la muestra final neta necesaria para llevar a cabo el análisis de los resultados. Las tareas depurativas se llevan a cabo tras una primera aproximación visual a los datos obtenidos, pues se dan ciertas expresiones irrelevantes para el objeto de estudio que deben eliminarse para facilitar el manejo del material obtenido. A continuación, se especifican los filtros llevados a cabo:

- Filtrado de *spam*, que suelen contener mensajes irrelevantes para este objeto de estudio y que pueden perturbar las mediciones.
- Filtrado de mensajes irrelevantes para el objeto de estudio, ya que se pueden obtener falsos positivos dada la polisemia de las categorías utilizadas. Para detectar estos mensajes irrelevantes que no se relacionan con temática de género, es necesario conocer previamente la utilización habitual que los/as usuarios/as llevan a cabo con ciertas expresiones, y posteriormente descartarlas. Por ejemplo, en el caso de la palabra “puta”, que conlleva descartar expresiones irrelevantes para este estudio tales como “de puta madre” o “puta mierda”, entre otras. Tras un análisis general previo, se detecta la existencia de numerosos tuits que responden a falsos positivos irrelevantes para esta investigación y asociados a las palabras “puta” y “violar”. Se introduce un filtro anexo que elimine dichas expresiones, ya que la

mayor parte de ellas se relacionan con otros significados o con expresiones propias de la jerga española que no resultan relevantes para esta investigación. A continuación, se especifican los filtros introducidos:

*violar:veda,espacio,derechos,ley,artículo,sanciones,dd.hh.,intimidad,patentes, Patente.

*puta:hijo,hija,hijos,hijas,filho,filha,filhos,filhas,madre,madree,madreee,madreeee,madreeeee,vidabida,mierda,merda,ama,amaa,amaaa,amaaaa,gripe,parió,pariu,pariuu,pariuuu,pariuuuu,culpa,idea,conexion,calle,hostias,hostia,locura,droga,vez,caraboca,gana,gloria,infierno,casa,distancia,historia,epidemia,vergüenza,alergia,directiva,encuesta,hambre,dolor,dor,carcel,pena,partida,patria,discusión,gente,noite,noche,lluvia,coña,sevilla,bici,realidad,manía,magia,sala,cago,risa,máquina,gracia,suerte,escalera,hora,carpeta,canción,melodía,resaca,clase,asignatura.

Una vez aplicados los filtros, se obtiene un nuevo volumen de datos total que asciende a 13,78 millones. Posteriormente, se eliminan retuits y replies, para que el dataset 1 no se vea afectado por la propagación de los mensajes, hasta obtener un bloque de datos de 6,89 millones que contienen las palabras fijadas previamente. Además, y con el objetivo de hacer más manejable el corpus de textos final, se lleva a cabo un filtro añadido que elimina aquellos tuits que no cuenten con ningún tipo de influencia (cero o un retuit), estableciendo un mínimo de dos retuits (por tanto, influyente) para que un mensaje pase a formar parte del dataset. Además, se descartan aquellos tuits que no han sido emitidos desde España, por la necesidad de analizar los posicionamientos pertenecientes al contexto socio-cultural de este país, descartar

tando todos los tuits que han sido emitidos desde países latinoamericanos o desde Portugal.

Finalmente, y una vez llevados a cabo todos los filtros señalados, se obtiene un número total de 32.435 tuits que contienen las palabras clave y que constituirán la muestra final.

Se comienza a analizar la muestra de manera manual, pero no todos los tuits incluidos en la misma utilizan la terminología en un sentido violento contra las mujeres, por lo que únicamente se van codificando y clasificando los tuits que sí pueden categorizarse como violentos según los cuatro constructos teóricos de partida. Para ello, se utiliza una tabla de Excel que contiene los tuits obtenidos y se va categorizando cada uno de ellos de manera manual según el constructo hacia el que más se inclinan, siendo el 1 utilizado para sexismo hostil, el 2 para sexismo benevolente, el 3 para micromachismo, el 4 para neosexismo y el 5 para tuits sin contenido violento.

El análisis de la muestra finaliza una vez se confirma la saturación de los posicionamientos discursivos en los primeros 3.500 tuits categorizados como violentos. En el ámbito de la investigación cualitativa se considera saturación al punto en el cual ya se ha obtenido cierta diversidad de posicionamientos e ideas, sin que aparezcan nuevos elementos en la exploración, que permiten arrojar información novedosa sobre el fenómeno que ocupa a la investigación (Martínez-Salgado, 2012; Glasser & Strauss, 1967).

B) DATASET 2.

Período de captura: Del 25 de agosto al 9 de septiembre de 2015.

Volumen de datos: 4.995 tuis totales sin filtros.

El dataset 2 incluye todos los tuits obtenidos de la monitorización del hashtag #TodosconinmaVOX. En este caso no se requiere la introducción de ninguna palabra clave, ya que el propio hashtag versa sobre una temática concreta, en este caso la agresión a una mujer. Esta etiqueta es creada en Twitter por el partido político VOX tras la paliza sufrida por una de sus miembros al salir de la puerta de su domicilio. A partir de la programación de dicha consulta, todos los tuits que contengan el hashtag seleccionado pasan a ser almacenados en el dataset 2. El hashtag, que fue trending topic en España durante gran parte del día 25 de agosto de 2015, recopiló durante su monitorización un total de 4.995 tuits que fueron emitidos desde el 25 de agosto hasta el 9 de septiembre de 2015. Se analizan manualmente la totalidad de los tuits, codificando cada uno de ellos en función de su contenido violento o no contra las mujeres (ya fuera de manera simbólica o explícita), y de las temáticas tratadas. De manera concreta, se elabora una tabla de Excel con todos los tuits recopilados, y se categoriza cada uno de ellos de manera manual con un número del 1 al 4, según el constructo hacia el que más se inclinaba su contenido: el número 1 para agrupar todos los tuits con contenido hostil, el número 2 para los tuits que contenían muestras sexistas benevolentes, el 3 para micromachismos, el 4 para neomachismos y el 5 para mensajes sin contenido violento. Hay que destacar que algunos de los tuits recopilados pueden categorizarse en dos constructos simultáneamente (por ejemplo, una amenaza contra una mujer feminista, puede ser hostil y neosexista). En los casos en los que pueda darse esta circunstancia, la investigadora categoriza con el número

hacia el que más se incline el tuit, siempre en base al marco teórico de referencia y a los objetivos propuestos en esta investigación. En cualquier caso, el interés de este estudio es cualitativo, por lo que la cuantificación de tuits por categoría no se sitúa como una cuestión relevante. Además, se realiza un análisis descriptivo de las/os usuarias/os que participan en el hashtag así como del contexto en el que se desarrolla la etiqueta, para posteriormente llevar a cabo un vaciado temático que ayude a dimensionar el fenómeno y a analizar posteriormente las posiciones discursivas y las reacciones de las/os usuarias/os ante el fenómeno.

D.1. Categorías.

Partiendo del hecho de que en este estudio se va a profundizar en el análisis de los mensajes violentos hallados en Twitter, ya sea de forma explícita o simbólica, cabe plantearse previamente la necesidad de categorizar cuándo un tuit va a ser considerado violento o no. Para ello, se parte de la aproximación teórica expuesta al inicio de esta investigación, y se establecen cuatro constructos de los que se desprenden los códigos de clasificación que servirán para atribuir expresiones violentas a los tuits. En primer lugar, el sexismo hostil, que incluye todas las formas de violencia explícita o simbólica vinculada al paternalismo dominador, la diferenciación de género competitiva y la hostilidad heterosexual (incluidos los insultos y la violencia sexual).. En segundo lugar, el sexismo benevolente, que incluye todas las formas de violencia explícita o simbólica vinculada al paternalismo protector, la diferenciación de género complementaria y la intimidad heterosexual (incluida la violencia asociada al amor romántico). En tercer lugar, los micromachismos, que pueden incluir todas las formas de microviolencia vinculadas a estereotipos de género y bromas sexistas,

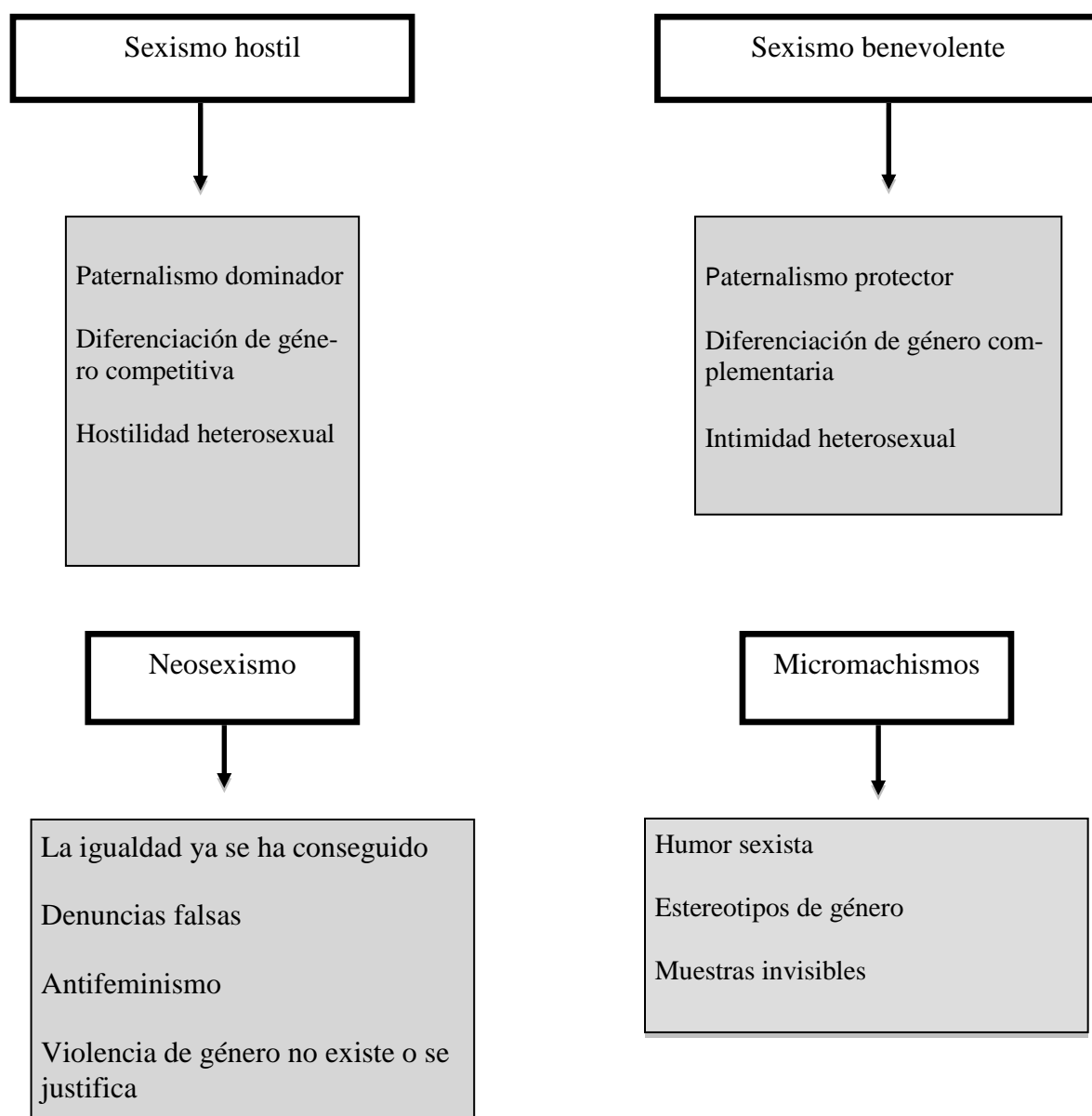
entre otras. En cuarto y último lugar, el neosexismo, que incluye aquellas formas de violencia explícita o simbólica vinculadas a la consideración de que las mujeres ya han conseguido la igualdad, que existen denuncias falsas por maltrato hacia mujeres y al ataque a las mujeres que defienden el feminismo y sus derechos. Puede verse la representación gráfica de dichos constructos en la figura 12.

Además, del grupo correspondiente a sexismo hostil y al grupo neosexismo se extrae una serie de palabras clave vinculadas a ambos constructos, dando lugar así al dataset 1. El motivo por el cual se eligen estos dos constructos teóricos para la elección de las palabras clave responde al hecho de que ambos se pueden categorizar de manera violenta por lo explícito de su contenido, por ejemplo, a través de insultos. Sin embargo, en el caso de los constructos benevolente y micromachismos, no resulta sencillo poder categorizarlos como consecuencia de su transversalidad e invisibilidad. Esto no quiere decir que estas dos vertientes no vayan a analizarse, sino que sencillamente no se utilizarán para la obtención de las palabras clave del dataset 1.

Finalmente, las palabras clave elegidas se introducen en la herramienta de monitoreo de Twitter para obtener posteriormente el corpus de textos del dataset 1, que será analizado y codificado según su contenido e intencionalidad.

Por su parte, en el dataset 2, se recopilan y leen todos los tuits que componen el hashtag para poder establecer un análisis temático que permita dimensionar el fenómeno. Posteriormente, y tras codificar los mensajes, se analizan de manera más profunda aquellos categorizados como violentos, sobre la base de los cuatro grupos señalados previamente.

Los constructos no son excluyentes entre sí, y no existe rigidez a la hora de categorizar los tuits por el interés cualitativo que realmente tiene este estudio. En otras palabras, puede plantearse la posibilidad de que algunos tuits pertenezcan simultáneamente a dos constructos, como consecuencia de la similitud entre algunos componentes teóricos de los mismos. Por tanto, se priorizará en la categorización la asignación del número “hacia el que más se inclinen” en caso de tuits que ofrezcan varias alternativas.

*Figura 12: Constructos teóricos de partida.*

D.2. Muestra.

Para analizar la población que conforma la muestra de los dos estudios llevados a cabo en esta investigación, hay que partir del informe realizado en 2016 por la Online Business School ya mencionado en el capítulo II. España cuenta con una población online de 23 millones de personas, casi un 50% de la población total, y el 73% de la misma, un total de 17 millones de personas, utilizan activamente las redes sociales, tanto para comunicarse con los demás, como para mantenerse informados de noticias, novedades o marcas comerciales. El segmento de edad que más utiliza las redes oscila entre los 25 y 34 años de edad, que es donde se concentra el mayor número de usuarias/os activas/os en redes sociales. En la muestra se incluyen principalmente a personas usuarias de las redes sociales y, por tanto, adaptadas a las nuevas tecnologías, algo que se relaciona estrechamente con franjas de edad por debajo de los 50 años. Al tratarse de un análisis realizado en Twitter, no se puede determinar la identidad de gran parte de las/os usuarias/os, y de hecho lo que se analiza son los mensajes que emiten, que conforman un corpus de textos en sí mismo. Por ello, lo más probable es que cada mensaje tenga un/a emisor/a diferente, aunque no siempre ocurre así.

Para este trabajo se van a realizar dos estudios diferenciados que se especifican en las próximas líneas y que dan lugar a un doble corpus de textos (dataset 1 y dataset 2):

El dataset 1, compuesto por 3.500 tuits de contenido violento obtenidos en Twitter tras su sometimiento a las palabras clave previamente establecidas, y tras realizar

una serie de filtros que conviertan en manejable el dataset, eliminando falsos positivos, mensajes extranjeros, irrelevantes para el objeto de estudio, o no influyentes, etc. (Ver explicación completa en el apartado de *procedimiento*). Tal y como afirma Sampieri (2010), este tipo de muestreo puede ser adecuado para diseños de investigación que partan de un enfoque fundamentalmente cualitativo, como es el caso de este trabajo. El dataset 2, que incluye los 4.995 tuits, violentos o no, recopilados tras la monitorización del hashtag #TodosconinmaVOX. No se efectúa ningún tipo de muestreo de dichos mensajes al poder abarcarse para su análisis manual sin dificultad.

Como característica del abordaje de mensajes de Twitter, éstos se producen sin la intromisión de la investigadora y se desarrollan en un contexto natural no forzado ni creado al efecto de la investigación.

D.3. Prueba de confiabilidad inter-jueces.

Los criterios de rigor científico y la legitimidad de la investigación cualitativa han ido evolucionando a través de la historia acompañados de un cuestionamiento de la objetividad. Para evitar dicho cuestionamiento, han sido diversas las técnicas utilizadas que han permitido verificar, comprobar y validar los resultados hallados en una larga lista de estudios (Sandín, 2000). Con el objetivo fundamental de dotar de mayor validez y confiabilidad a la metodología llevada a cabo en esta investigación, se realiza una prueba de *auditabilidad* (Sneiderman, 2011). Ésta consiste en contrastar los resultados a través de la triangulación de la opinión de varias/os investigadoras/es expertos en la materia. A través de esta técnica, personas expertas realizan paso a pa-

so y de manera independiente el proceso seguido por la investigadora y llegan a los mismos resultados. Esta auditabilidad, también denominada confiabilidad interjueces o validación por juicio de expertos, es un método de validación útil para verificar la fiabilidad de una investigación, que se define como una “opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otras/os como expertas/os cualificadas/os en éste y que pueden dar información, evidencias, juicios y valoraciones” (Escobar-Pérez & Cuervo-Martín, 2008, p.29).

Los criterios de selección de las dos expertas escogidas para la prueba interjueces realizada en este estudio son los siguientes (Sneiderman, 2011):

- Existencia en ambas de una experiencia notable en materia de género.
- Acercamiento de ambas a la teoría de base de este trabajo.

En ningún caso las juezas contactan entre sí a efectos de esta tarea. La tabla enviada contiene una muestra del 10% total de los tuits seleccionados como violentos, alcanzando un total de 411. Dicho porcentaje supone un número suficiente de tuits que permite a los jueces realizar un adecuado análisis. Además de los tuits, la tabla dispone de un resumen aclaratorio sobre los aspectos más relevantes de la investigación, tales como objetivos y una explicación de los cuatro constructos teóricos utilizados para categorizar cada tuit con números del 1 al 4. Se añade la opción de categorizar con el número 5 a aquellos tuits que no consideraran violentos. Todo ello en el afán de contextualizar el proceso de validación de las expertas (Robles & Rojas, 2015).

La tabla es cumplimentada por ambas expertas, de manera que cada una asigna a cada tuit un número del 1 al 5 en función del constructo al que valoraron más se inclinaba éste. Tal y como se explicó en el apartado correspondiente a *categorías*, el número 1 se asigna para aquellos tuits que se inclinaban hacia posturas hostiles, el número 2 para benevolentes, el 3 para micromachismos y el 4 para neosexismos. Por último, el número 5 para categorizar aquellos tuits que no se entienden como violentos.

Una vez recibidas sendas tablas cumplimentadas, y para proporcionar evidencias de fiabilidad de los procedimientos de medida empleados, se utiliza el coeficiente Kappa (Cohen, 1960), que evalúa la magnitud de la concordancia en el grado de acuerdo entre jueces corrigiendo la atribuida al azar. Como se observa en la tabla 5, el acuerdo entre los jueces obtiene una concordancia mayor de .80, lo que puede interpretarse, según describe la escala elaborada por Landis y Kock, como una concordancia casi perfecta. (Hancock, & Mueller, 2010; Landis & Kock, 1977).

Tabla 5

Corcondancia de acuerdo entre jueces.

| | <i>Kappa</i> | <i>P valor</i> | <i>IC 95%</i> |
|------------------------------|--------------|----------------|---------------|
| Juez 1 - Juez 2 | .83 | <.001 | .79 - .87 |
| Juez 1 - Investigador | .92 | <.001 | .89 - .95 |
| Juez 2 - Investigador | .85 | <.001 | .81 - .89 |

Por el alto grado de acuerdo que muestra la prueba, se asume que los tuits han sido categorizados adecuada y objetivamente por la investigadora al realizar el traba-

jo de campo. Al no existir estudios de referencia similares realizados esta la materia, no se puede llevar a cabo una comparativa objetiva de resultados, por lo que haber ejecutado esta prueba de fiabilidad se valora como imprescindible.

Capítulo V. Resultados.

A. Estudio 1: palabras clave.

A lo largo del presente epígrafe se exponen los resultados obtenidos tras la monitorización de Twitter sometido al impacto de las categorías establecidas previamente, un primer grupo compuesto por “puta”, “zorra”, “guarra”, “golfa” y “violar”, y un segundo grupo compuesto por “feminazi”, “hembrista”, “mujer/es” y “denuncias falsas”. En una primera fase, se realiza una aproximación descriptiva (CL) y posteriormente, se profundiza en el análisis de los posicionamientos discursivos generados al respecto de los tuits violentos identificados (DA). En total, se analizan un total de 3.500 tuits categorizadas como violentos.

A.1. Grupo de palabras I.

Los mensajes que las palabras clave del grupo I, “puta”, “zorra”, “guarra”, “golfa” y “violar”, han sido categorizados como violentos y son utilizados como insulto y/o ataque violento explícito contra las mujeres. La utilización de estas palabras se da en el entorno online para calificar a mujeres que no cumplen con las expectativas tradicionalmente asignadas a su género y que se alejan de los roles esperados para éstas, especialmente los relacionados con el comportamiento sexual y/o afectivo, con su participación en espacios públicos o con la reivindicación de los derechos de las mujeres.

A continuación, se muestran dos ejemplos claramente ilustrativos:

@Fabiola97346024: @ursulolita te odio y te maldigo por matar a los auryñ en su videoclip de hearthbreaker eres una zorra y una hija de puta.

@Jodidovalen: Muchas tetas para tan poco cerebro, puta.

En ambos casos, se trata de mensajes claros y explícitos que agreden a sendas receptoras y que contienen dos de los insultos prototípicos utilizados para dirigirse a mujeres. Independientemente de la identidad de quienes los emiten o la intencionalidad, el contenido específico de estos mensajes apunta hacia una agresión muy explícita que no requiere más contexto que el que tiene. Estos constituyen sólo dos ejemplos, pero el posicionamiento explícitamente hostil es utilizado de forma ciertamente naturalizada en una fracción de Twitter a tenor de los numerosos mensajes de este tipo que se han analizado, así como de la escasa penalización social y jurídica que representa su emisión en la red. Se añade el hecho de que muchas/os de las/os usuarias/os que profieren este tipo de mensajes, o se esconden bajo el anonimato o aportan pocos datos sobre su persona, de forma que se pueden sentir relativamente libres para poder efectuar este tipo de ataques. Algo que, sin embargo, no puede llevarse a cabo de manera tan sencilla y despenalizada fuera de las redes sociales y que vincula inevitablemente a Twitter a ser un contexto en el que las manifestaciones violentas, hostiles y sexistas se pueden normalizar. Los dos ejemplos anteriores representan a otros tantos en los que los insultos se profieren de manera totalmente aleatoria. En otros casos, la violencia explícita trata de justificarse:

@latiadeustedes: Taylor Swift la blanca más puta y Nicki Minaj la negra más puta sobre el escenario. Hermoso momento.

@NereaPR98: *No te quejes si te llaman guarra, si has estado con toda la isla* □

Del primer ejemplo se desprende el hecho de que la autora transmite una imagen muy concreta sobre las dos *celebrities* que menciona, vinculándolas a una trayectoria sentimental concreta de ambas en la que existen varias parejas con las que han mantenido una relación sentimental. El uso social que se le otorga a los insultos manifestados se relaciona con el hecho de que una mujer tenga varias parejas, mantenga relaciones sexuales con uno o varios hombres en periodos cortos o largos de tiempo o incluso a la mera existencia de comunicación con un hombre o con otro hombre que no sea su pareja. En el segundo ejemplo se manifiesta con claridad uno de los razonamientos señalados, apuntando a la legitimidad de la utilización de este insulto contra una mujer por haber mantenido ésta relaciones con diversas parejas. Concretamente, la emisora de este mensaje utiliza la metáfora de “si has estado con toda la isla” para insinuar que el número de parejas o relaciones que ha mantenido la mujer de la que habla es socialmente inaceptable y por tanto queda justificada la utilización del insulto. Además, utiliza un emoticono de “beso” para tratar de restar importancia e incluso aportar un toque de humor a una afirmación muy directa y ofensiva contra una mujer. Los dos ejemplos señalados representan la tónica habitual en el corpus de textos analizado, al utilizarse con naturalidad y de manera justificada estos insultos para referirse a mujeres. Se ofrecen a continuación otros ejemplos:

@Valen_Diaz_18: *Tengo que cuidar lo mio hay mucha golfa detrás.* □ □

@_rebeca5: *Si te comes seis pollas al dia, luego no te quejes cuando te llaman puta. Recuerda: somos lo que comemos. Un saludo.*

Tal y como se puede observar en los ejemplos, las/os usuarias/os utilizan este tipo de insultos para agredir a mujeres que se alejan de la normatividad establecida para su género, y que está vinculado socialmente al ideal monogámico de poseer una única pareja a la que ser fiel, amar a “un amor para toda la vida” o no cambiar de pareja habitualmente. La práctica dentro de la red apunta a que estos insultos se atribuyen a mujeres que se alejan de lo socialmente esperado para ellas y que tanto hombres como mujeres utiliza. Se observa igualente en los mensajes recopilados que, las mujeres, además de víctimas, son reproductoras de ciertos posicionamientos sexistas. De la misma forma, en casos de infidelidad, se atribuye a la mujer la responsabilidad, tal y como demuestran los siguientes ejemplos:

@Loqueellassaben: Jamás presumas cómo es tu hombre en la cama, pues no faltará la zorra que quiera comprobarlo.

@Licgemido: Todas fuimos alguna vez esa zorra que se robó el corazón de un hombre comprometido.

De manera más alarmante, se ha podido detectar que la utilización de las palabras señaladas, en muchas ocasiones acompaña a amenazas explícitas contra mujeres, ya sean éstas famosas o anónimas, y que sin duda confirman la existencia de violencia explícita con éstas.

@JaiiroRuiiz97: Quiero conducir ya, para pasar con el coche por encima de tu cabeza PU-TA.

@RafaelGnlz: Miley Cyrus me da asco, ojalá se muera esa maldita puta drogadicta prostituta birrionda sinvergüenza.

De la misma forma, los insultos monitorizados se utilizan contra aquellas mujeres que se alejan de los patrones estéticos establecidos, tal y como se ejemplifica en la siguiente línea:

@Tujodidaborde: Os maquillais como una puta puerta y luego sin maquillaje sois unos orcos.

Los patrones socialmente aceptados vinculan a las mujeres a la deseabilidad de contar con un físico de complexión delgada y unos rasgos faciales concretos. El hecho de que una mujer no cuente con ellos, es motivo para poder atacarla de forma directa, tal y como se ejemplificó anteriormente, confirmando así la legitimidad de agredir a cualquier mujer que se aleje de los patrones establecidos.

@MrReyKing: Esa puta gorda te cae encima y te parte una pierna.

También aquellas mujeres que se comportan de una forma concreta, por ejemplo, que se muestran provocativas a la hora de vestir o que utilizan las redes sociales para publicar fotografías en actitud sensual, suelen ser objetivo de los ataques explícitos de las/os usuarias/os y *trolls* a través de insultos o bromas. Se ofrecen dos ejemplos representativos de esta afirmación:

@LomejordeFB: Una cosa es llevar pantalón corto. Otra es coger tus bragas, pintarlas de color vaquero y luego ir con ellas. Putas.

@Eljeringasloko: Mujeres, ¿por qué ponen frases motivacionales cada que publican una puti-foto? Sólo pongan "aquí puta" y ya.

Además, se encuentra un posicionamiento benevolente que apunta al sentimiento de propiedad que muchas personas muestran hacia sus parejas, algo contemplado como naturalizado en algunas relaciones en las que se apela al amor romántico.

Ese posicionamiento se ha venido inculcando a las mujeres desde edades tempranas, e incluye en muchos casos la premisa de que los hombres son completados con una mujer y viceversa. A continuación, se pueden analizar dos ejemplos representativos de ello:

@Cabronaycursi: Una verdadera princesa, se convierte en puta en la cama, con tal de tener feliz a su príncipe.

@Lolailolo: Hombres y mujeres nacieron para complementarse los unos a los otros, pero que las mujeres se complementen SOLO con su hombre, porfa puta.

Otros tuits hallados que pueden relacionarse con las premisas del sexismo benevolente, hacen referencia a la vinculación de las mujeres a una posición de debilidad al respecto de los hombres. Esto conlleva que implícitamente se considere necesaria la figura masculina como elemento protector del sexo femenino, valorado como frágil. A continuación, se ofrecen dos ejemplos de este posicionamiento:

@soyladycorrales: La tía esta es muy zorra, pero tampoco es para que su pive no la defienda. Ahora me da penilla la pobre.

Se ha revelado el uso de las palabras introducidas en clave de humor a través de la estereotipación de las mujeres o de chistes. Aunque pretenden generar risa en las y los lectoras/es, normalizan ciertas expresiones sexistas y legitimar la violencia contra las mujeres. A continuación, se ofrecen dos ejemplos representativos de este posicionamiento:

@prestaprestico: - ¿Paseando al lechón? - Jajaja es un perro - Le estoy hablando al perro gorda puta.

@iaurab: No es zorra, solo busca llenar su vacío emocional con pitos.

Los chistes que incluyen insultos contra las mujeres son un recurso utilizado por las y los usuarias/os de esta red social, logran normalizar las descalificaciones e incluso provocar risa en las y los lectoras/es, que retuitean asiduamente este tipo de mensajes para lograr su viralidad en la red y mostrar así su apoyo directo o indirecto. Este tipo de micromachismos hostiles genera además una tendencia de asentamiento de significados ofensivos contra las mujeres. Por ejemplo, los chistes que utilizan la palabra “puta” o “zorra” asociada al tipo de preferencia sexual o sentimental de las mujeres, justifica de forma natural y “divertida” los significados hostiles que ya vimos en ejemplos anteriores:

@amitambien: Estas viendo que la niña es puta y le pones reggaeton.

@ingenierodice: No es que seas zorra, solo eres como un electrón de valencia, al mínimo contacto te calientas y te atraen.

Dentro de este posicionamiento micromachista, existen igualmente mensajes vinculados a estereotipos tradicionales relacionados con características históricamente asignadas a mujeres o a su vinculación con meros objetos sexuales. En los siguientes ejemplos representativos los usuarios apelan al estereotipo de “Las mujeres se van de compras cuando tienen un problema” o “Las mujeres están locas”, añadiendo en el segundo caso una objetivación sexual de la mujer.

@humorpuntocom: A veces quisiera ser mujer para solucionar todos mis problemas comprándome zapatos.

@francisk1t0: —Mi novia no toma zumo de naranja si tiene algo de pulpa. —¿Lo cuele? — Como una puta cabra, pero tiene unas tetas...

La vinculación de la mujer a un mero objeto sexual es otro ejemplo del posicionamiento micromachista revelado, utilizándose el humor como estrategia retórica que despenaliza el contenido de los mismos. Se ofrece un ejemplo de esta afirmación:

@emydeishly: Mujer que no chupa ni traga, eso ni siquiera es ser mujer.

Una mención aparte requiere el análisis de la utilización de la palabra “violar”. Aunque la mayor parte de los positivos obtenidos en la monitorización de Twitter al respecto de esta palabra fueron falsos (esta palabra suele ir asociada al significado de “violar derechos o normas”), se han encontrado contenidos alarmantes que, una vez más, escenifican y normalizan la violencia, en este caso sexual. Esta palabra puede ser utilizada en sentido violento, para atacar a las mujeres o para bromear. A continuación, se muestra un ejemplo:

@fuckingmanola: Los hombres de verdad pueden violar. Dejad de aislar a los violadores como si fueran una raza distinta o algo.

En otros tuits se utiliza la retórica como estrategia normalizadora, contemplando la violación a una mujer como un acto que “puede ocurrir” ante determinadas circunstancias de provocación. De ello se desprende la existencia de un posicionamiento neosexista que trata de justificar la violencia y que se pone de manifiesto en el siguiente ejemplo:

@Lotenemos_clarinete: ¿Alguien sabe si hay estadísticas que confirmen que efectivamente se viola más a las que van medio desnudas por la calle?

El hecho de que existan expresiones online que normalizan la utilización de estas figuras humorísticas o bromas y/o que tratan de justificar las violaciones en los casos en los que “es que lo iba pidiendo a gritos” o “es que estaba calentando al per-

sonal y luego pasa lo que pasa”, apunta hacia que la justificación de la violencia sexual contra las mujeres continúa existiendo, y a que en este corpus de textos existe una tendencia neosexista camuflada bajo un disfraz que puede pasar desapercibido.

Por último destacar, dentro del posicionamiento neosexista, una tendencia hacia los insultos y ataques explícitos hacia mujeres que se consideran feministas, y que se analiza de manera pormenorizada en el siguiente apartado.

A.2. Grupo de palabras II.

En esta segunda parte del análisis correspondiente al grupo II de categorías se han examinado tuits que contengan las palabras “hembrista” y “feminazi”, que por sí solas constituyen un insulto contra mujeres de ideología feminista, y las palabras “mujer/es” y “denuncias falsas”. Todas ellas han sido agrupadas en un mismo bloque por responder implícitamente a premisas propias del neosexismo que apuntan al anti-feminismo, a que la igualdad entre hombres y mujeres ya se ha conseguido, al hecho de que existen denuncias falsas por violencia de género o que las demandas de los colectivos feministas son exageradas. Una vez analizados los tuits violentos que incluyen estas palabras clave, puede afirmarse la existencia de un discurso digital neosexista en este corpus de textos que se construye a partir de la exploración de los significados obtenidos en dichos mensajes. En el caso de “feminazi” y “hembrista”, se podrá comprobar además cómo ambas van “de la mano” del concepto “feminista”.

En muchos casos es utilizado como sinónimo insultante para definir a aquellas mujeres que defienden la igualdad de género y que cuestionan las estructuras patriarcales imperantes a través de la denuncia de situaciones injustas para las mujeres. Tal y como se podrá observar, la utilización de este tipo de conceptos como arma arrojada contra las mujeres, especialmente las que se definen como feministas, pretende en última instancia confundir y silenciar a aquellas mujeres que, al fin y al cabo, se apartan de la normatividad femenina al reivindicar sus derechos en entornos públicos, y confirman la existencia de un sexismo hostil que se plasma también dentro del ideario anti feminista y neosexista imperante en los mensajes seleccionados. A continuación, se desgana dicho posicionamiento, a través de ejemplos que ayudarán a profundizar en este acercamiento al análisis de los resultados.

Partiendo de la utilización de las palabras “hembrista” y “feminazi”, especialmente esta segunda, se ha identificado en este corpus de textos como algo habitual el uso de estos insultos contra cualquier mujer que defienda la igualdad entre mujeres y hombres o que denuncie situaciones de desigualdad en la red. De hecho, se percibe con claridad que las/os usuarias/os lo utilizan para calificar a las mujeres como radicales y agresivas, confundiendo así el ideario real del feminismo con otras corrientes que nada tienen que ver (nazismo, concretamente). El feminazismo o el también llamado “lobby hembrista” se utiliza como estrategia ofensiva por parte de personas que a priori podrían parecer escasamente informadas sobre la ideología feminista, o que sencillamente se postulan hacia los preceptos neosexistas, al considerar que las demandas de las mujeres son desproporcionadas y radicales.

La utilización de este tipo de insulto genera confusión sobre la ideología feminista hasta el punto de existir mujeres que no se identifican como feministas para no ser tildadas de feminazis radicales y porque probablemente ya no están seguras de las ideas que apoya el feminismo. A continuación, se ofrece un ejemplo representativo de esta última afirmación:

@claudiasoler4: Me da vergüenza decir que soy feminista por culpa de todas estas feminazis descerebradas.

En este ejemplo se puede observar como la usuaria ha normalizado la utilización de la palabra *feminazi* y la ha asociado directamente a la palabra feminista, avergonzándose de su condición.

Existen usuarios que, además de vincular el feminismo al feminazismo, lo posicionan como la antítesis del machismo. De dicha idea se desprende el hecho de que muchas personas continúan considerando que el feminismo, y en consecuencia el feminazismo, pretenden lograr la superioridad femenina, pudiendo generar con ello confusión entre las y los lectoras/es. A continuación, se muestran dos ejemplos de ello:

@kino_navarro:#SoisLasNuevasMachistas El mismo asco me da un machista que una feminazi.

@podemos_potar: Y esta se define en su bio como feminista. Os imagináis a un político definiéndose como machista?

Existen, por tanto, una serie de estereotipos asociados al movimiento feminista que se utilizan para violentar simbólica y/o explícitamente a las mujeres, sostenidos en parte por todas/os esas/os usuarias/os que continúan volcando mensajes confusos sobre el feminismo y que tachan a cualquier persona que la defienda como “femina-

zi”. Ello genera que muchas mujeres teman ser identificadas como feministas y que incluso interioricen el hecho de que ser feminazi significa apoyar los postulados de la superioridad femenina.

Retomando la versión más hostil de la violencia que se puede dar en Twitter contra las mujeres, existen numerosos ejemplos de insultos e improperios que agreden a las mujeres feministas con total impunidad y que apuntan al sostenimiento de un posicionamiento neosexista de tendencia hostil. Al igual que ocurría en otros ejemplos anteriores, el anonimato vuelve a convertirse en el mejor aliado de aquellos y aquellas que violentan a las mujeres:

@Daalfolh: Si es una puta feminazi, no dudes, matala y quema su cadaver para que no quede nada de ella.

*@Todomio__90: Hija de puta feminazi, te voy a meter la p*** por la boca y te la voy a sacar por el culo.*

Otros comentarios que confirman la existencia de un posicionamiento antifeminista en el corpus de textos analizado se representan en el siguiente ejemplo:

@liberqueens: Soy yo o TODO el mundo ahora es lesbiana feminazi?

Se asocia el feminismo con el lesbianismo, la masculinidad o el alejamiento de los patrones de belleza socialmente establecidos para mujeres. No hay que olvidar, tal y como ya se explicó en el apartado anterior, que las mujeres que se alejan de la normatividad esperada para su género pueden recibir agresiones hostiles, tanto simbólicas como explícitas en este entorno online. En consecuencia, cualquier mujer que participe en un espacio público como Twitter y además denuncie situaciones de agresión contra mujeres o reivindique la igualdad, está expuesta a sufrir cualquier ti-

po de ataque en la red. Este ejemplo se constituye como una mera muestra de ello, pero los insultos y agresiones verbales hacia las mujeres feministas, entre las que se encuentra la utilización de las palabras “feminazi”, “hembrista”, “lesbiana” o “machirulo”, son habituales en el corpus de textos seleccionado.

Si se trata de cuestionar la feminidad de las mujeres feministas y así concienciarlas implícitamente de que ser feminista les resta belleza, y les aleja, por tanto, de los patrones estéticos aceptados socialmente, aquí se ofrecen más ejemplos de corte micromachista:

@altramuse: Oye pero por qué te depilas si eres feminista?? Tienes que dar ejemplo.

@holaamics: Todavía no he conocido a ninguna feminazi que esté buena.

Asociar a las mujeres feministas con el odio hacia los hombres o el exhibicionismo, también son estereotipos recurrentes extendidos en el corpus de textos, que continúan generando una imagen social confusa sobre aquellas:

@indiorenegado: Requisitos para hacer encabronar a una mujer feminista. 1- Ser hombre.

@hebesita: mi madre me a comprado un iphone azul y lo queria rosa, estoy depresiva, soy feminista voy a subir fotos de mis tetas a twitter.

El segundo ejemplo retrata de forma implícita una de las formas de protesta y reivindicación que lleva a cabo uno de los colectivos feministas más populares a nivel mundial: Femen. Es conocido el hecho de que sus simpatizantes en ocasiones se desprenden de su ropa en determinados lugares públicos como protesta o reivindicación de sus derechos como mujeres, tales como por ejemplo el aborto. Este hecho puede provocar rechazo social en muchas de las situaciones, habiendo sido tildadas de “feminazis”, “cerdas” o “guarras” a aquellas activistas que han ejercido su dere-

cho a manifestarse de esta forma. Acusar a cualquier mujer que defienda la igualdad de género de pertenecer a “Femen” pretende igualmente convertirse en un insulto anti feminista que logra un alejamiento ideológico de las mismas, principalmente porque los medios que utilizan para llevar a cabo sus propuestas se alejan de la normatividad femenina (desnudarse en público).

De este tipo de estereotipos vinculados a las mujeres feministas tildadas de *feminazis*, se desprenden igualmente numerosas bromas y chistes de corte micromachista que normalizan los prejuicios y validan indirectamente los ataques hacia este colectivo:

@elmalditohuesos: Mi'ja, tú que eres feminista, enséñale a tu hermanito a rascarse los huevos.

Las premisas neosexistas que apuntan a la existencia de demandas exageradas de las mujeres o a la justificación de la violencia, son plasmadas de manera recurrente en el corpus de textos seleccionado, lo que implica que el posicionamiento neosexista se perpetúa en la red.

@chucho2484: Digan lo que digan, una feminazi siempre encontrara algo sexista en todo...

@pereza87: Que yo no pego a las mujeres, pero ojo con algunas que ostia tienen.

B. Estudio 2: estudio de caso.

El segundo dataset está conformado por todos los tuits recopilados en torno al hashtag #TodosconinmaVOX. El mismo se crea a partir de un hecho muy específico acaecido el 25 de agosto de 2015, en concreto la agresión física que tiene lugar contra una mujer política vinculada al partido VOX, y genera un total de 4.995 mensajes

que versan sobre una serie de temáticas. Este caso se ha caracterizado por su complejidad en el análisis al aunarse en él dos dimensiones que implican posicionamientos diferenciados. Por una parte, el relacionado con la dimensión de género, al ser la agredida una mujer, y por otra, el relacionado con la dimensión ideológica, al ser la agredida una representante de un partido de ultraderecha.

Es un caso particular y contradictorio en el que ha sido dificultoso en algunos momentos aislar la dimensión de género, principalmente por el entorno ideológico en el que se ha desarrollado y por la dimensionalidad emocional que afecta al mismo.

Antes de proceder a analizar los posicionamientos hallados en este primer dataset, se realiza una aproximación descriptiva de las/os usuarias/os que emitieron mensajes bajo este hashtag y sobre los temas más representativos del mismo, colaborando de esta forma a dimensionar el fenómeno a analizar.

B.1. Usuarías/os.

La comunidad generada en el análisis del hashtag #TodosconinmaVOX está compuesta por tres tipos distintos de usuarias/os. El primero de ellos, usuarias/os pertenecientes a *colectivos o instituciones* que hacen uso profesional de Twitter, tales como medios de comunicación y partidos políticos, que por lo general aportan mensajes de apoyo y rechazo a la agresión. En segundo lugar, usuarias/os *individuales*, ya estén registrados con nombres reales o ficticios, que lanzan diversos discursos sobre el hashtag. En tercer lugar, *trolls* cuya única función es la de boicotear temáticas o usuarias/os. En este caso concreto, de los 4.995 tuits que se recopilaron en este

hashtag, el porcentaje de usuarias/os por tipo quedó mayoritariamente representado por avatares y *trolls*. Se presentan los datos señalados en la figura 13.

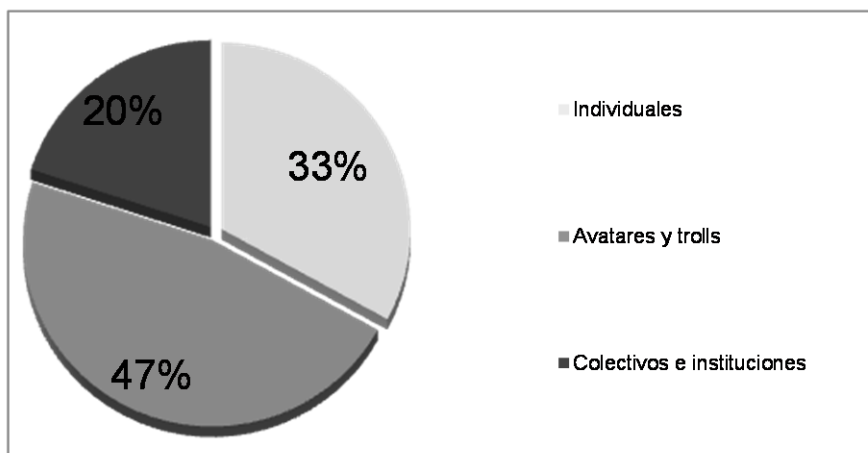


Figura 13: Tipología de usuarias/os

B.2. Descripción temática.

Del hashtag creado tras la agresión a Inmaculada, se desprenden diversas temáticas a partir de los tuits recopilados que se pueden agrupar en varios bloques generales y que se presentan en la figura 14.

De una agresión a una mujer política surge una etiqueta temática que acaba derivando en el desarrollo de otros subtemas. En ocasiones, éstos giran en torno a otros debates ideológicos que poco o nada tienen que ver con el suceso que genera la etiqueta. Esto puede responder al hecho de que este caso integra dos dimensiones: ideología política y género.

La frecuencia en la aparición de temas en esta etiqueta sitúa a la política, ideología o fascismo como las principales. Otros discursos se relacionan con la condena del suceso y la promoción de la tolerancia cero ante el mismo (véase figura 14).

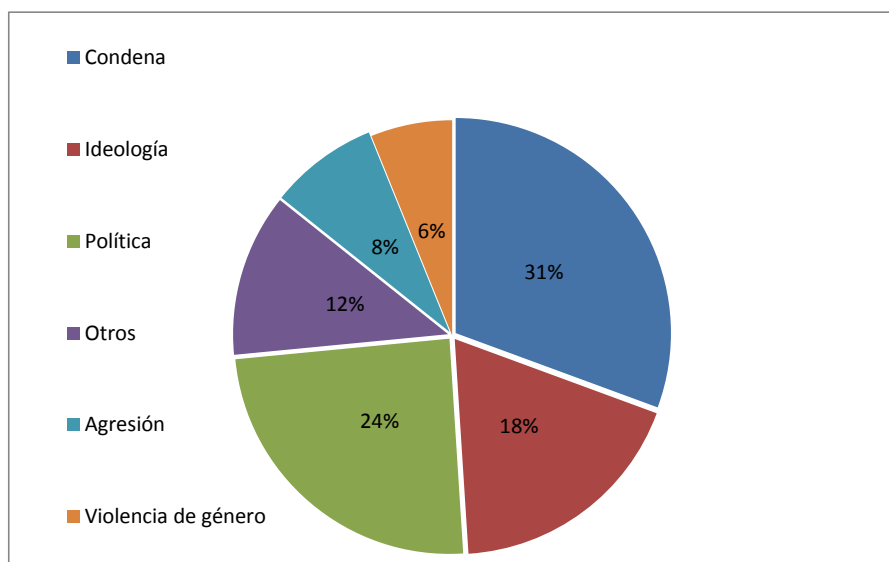


Figura 14: Temáticas centrales del hashtag #TodosconInmaVOX

Se categorizaron como violentos un total de 601 de los 4.995 tuits (12,03%), ya ya fueran explícitos o simbólicos.

Tal y como se refleja en la tabla 6, del conjunto de los mensajes violentos se halla un 13,3% de contenido sexista hostil, un 25,6% en el que se han detectado muestras sexistas benevolentes, un 15,2% micromachistas y un 45,9% de posturas neosexistas. La diferencia porcentual entre los cuatro grupos de clasificación apunta a una tendencia neosexista y benevolente aplastante en los discursos.

En menor medida quedan representadas las muestras más hostiles y micromachistas, que no obstante delatan la perpetuación de la violencia explícita y simbólica en la red.

Tabla 6
Tipos de violencia explícita y/o simbólica detectada bajo el hashtag #TodosconinmaVOX

| Tipo violencia | Núm tuits | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Sexismo hostil Ejemplo: <i>@Hezmick: Condono la agresión, pero entienda que es una puta facha taurina racista de mierda que lo iba pidiendo a voces.</i> | 80 | 13,3 |
| Sexismo benevolente Ejemplo: <i>@Br_Arcos: Es vergonzoso que unos "demócratas" agredan a una pobre mujer indefensa. Ojalá los pillen.</i> | 154 | 25,6 |
| Micromachismos Ejemplo: <i>@Alerta789: Feminazis aproximándose, guarden sus cuchillas de afeitar.</i> | 91 | 15,2 |
| Neomachismos Ejemplo: <i>@diegoUS1980: Coño, la feminazi de @barbijaputa apoyando un acto machista, Ya lo he visto todo.</i> | 276 | 45,9 |
| Total | 601 | 100 |

Respecto a los posicionamientos detectados en este dataset, se elabora un mapa gráfico que permite vislumbrar con claridad las diferentes tipologías en función del constructo al que se inclinan y cuya descripción se detallará en los siguientes epígrafes (véase figura 15).

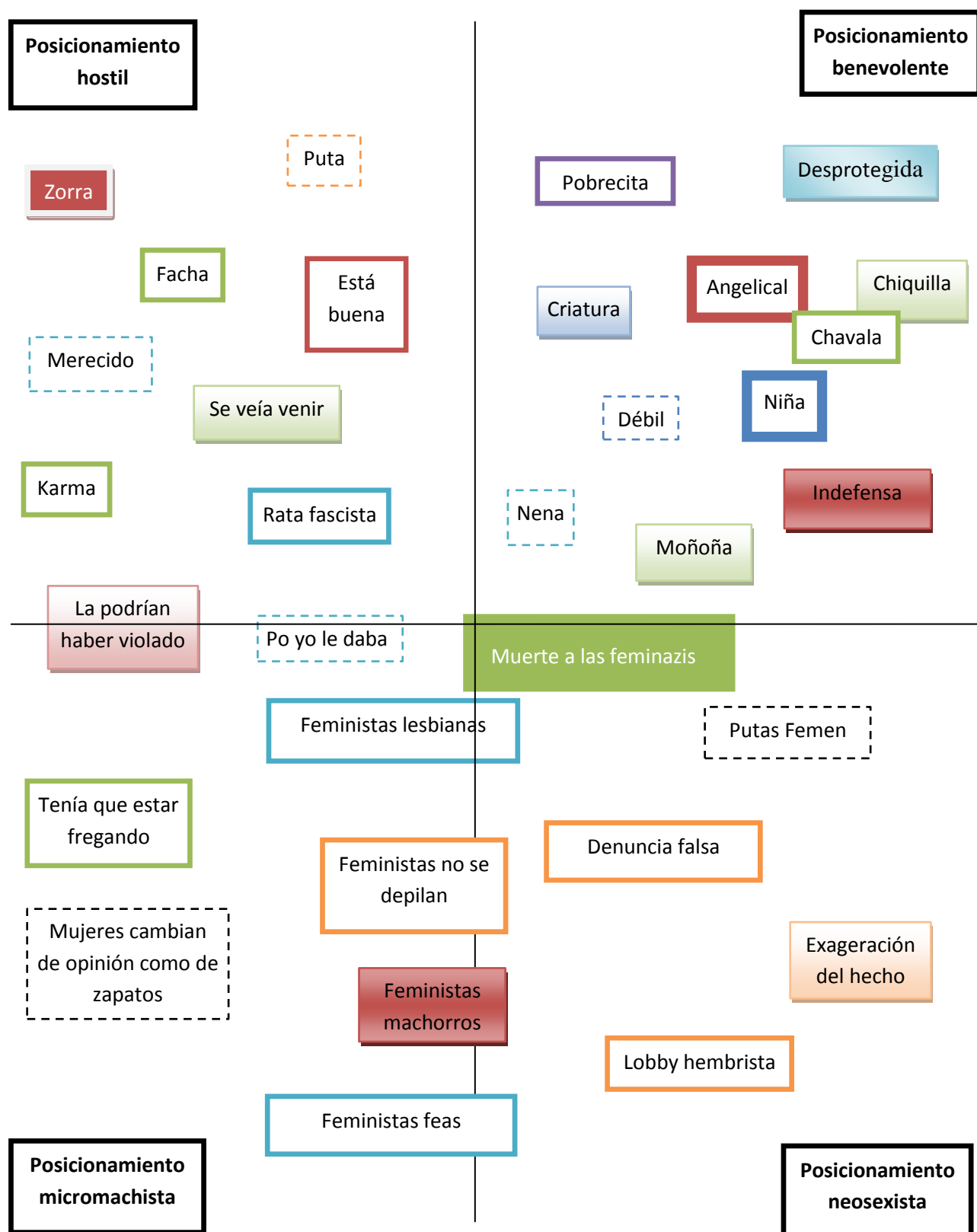


Figura 15: mapa de posicionamientos violentos hallados en el dataset 2.

En ocasiones resulta dificultoso categorizar cada tuit en un único constructo, puesto que parte de ellos son chistes micromachistas de tendencia hostil o posicionamientos neosexistas de tendencia hostil o micromachista. Es por ello por lo que en la figura 15 algunas de las ilustraciones se posicionan entre dos constructos. En cualquier caso, a la hora de categorizar cada tuit, la investigadora toma la decisión última sobre el constructo hacia el que se inclina éste, con el apoyo de la base teórica y los objetivos de investigación planteados, que orientan la toma de decisiones.

B.3. Posicionamientos violentos.

B.3.1. Posicionamiento hostil.

En el dataset 2 se analizan 80 tuits y de todos ellos se ha desprendido un posicionamiento hostil, compuesto por mensajes agresivos, amenazantes, insultantes o perniciosos para las mujeres. En concreto, gran parte de ellos contienen amenazas explícitas u opiniones ofensivas que recurren en ocasiones al uso del insulto directo hacia las mujeres. Muchos usuarios utilizan el insulto como reclamo publicitario para lograr la deseada influencia sobre otros/as, que con sus retuits pueden hacer viral el comentario y elevar la popularidad del autor o autora del mismo. Otros sencillamente insultan o se muestran agresivos contra las mujeres por el mero hecho de que éstas participen en la red social o se mantengan visibles públicamente. A continuación, pueden admirarse dos ejemplos representativos de este tipo de posicionamientos hostiles:

@Fernannnsio: #TodosconinmaVOX y una mierda, toma por puta fascista.

@Patogiga: Esa zorra de VOX ha visto en primera persona los ideales que defiende su partido. #TodosconinmaVOX

En el primer ejemplo se observa la introducción del insulto prototípicamente dirigido a mujeres, “puta”, ofreciendo con ello una línea argumentativa que rechaza a su persona recurriendo a una acepción tradicionalmente ofensiva y sexista hostil. En este ejemplo representativo de otros muchos, el emisor razona el merecimiento de la agresión a la víctima sobre la base de lo que considera motivos ideológicos. Declara cuan merecida es la agresión, no dudando en añadir otro tipo de insultos. A continuación, se exponen otros ejemplos de ello:

@AproParadise: El único fascista bueno es el fascista muerto #TodosconinmaVOX

@rubenglez: Machismo es lo que la rata de @isequier96 defiende, no darle su merecido a fascistas como ella. #TodosconinmaVOX.

En este último tuit, más allá de la metáfora que compara a la víctima con un roedor considerado socialmente sucio, se manifiesta explícitamente el merecimiento de la agresión. Con este mensaje, el emisor, que además hace mención a Inmaculada para que ella misma reciba el tuit sin temer posibles represalias, pretende mostrar su desprecio profundo hacia la víctima. Lo mismo ocurre en los siguientes tuits, de los que se desprenden conjuntamente posicionamientos hostiles, micromachistas y neo-sexistas que hablan del merecimiento de la agresión, restan importancia al suceso e introducen un tono humorístico:

@RamonTIZ: Los de VOX protestando por lo que hacían sus padres en los 70 y 80. KARMA. #TodosconinmaVOX

@JoKeRrTroll: #TodosconinmaVOX no ha sido agresión fascista, ya que ella lo es. Si lo queréis llamar así, consideremos esto como una pelea de amigos.

Otros usuarios rechazan directamente el hashtag creado por VOX al considerar cierto desmerecimiento de la víctima y aprovechando en algunos casos para proferir insultos contra ésta. Se ofrece un ejemplo representativo de esta afirmación que apunta hacia la existencia de un posicionamiento claramente hostil:

@rednashari: Que asco me está dando twitter con el ht de apoyo a una fascista. #TodosconinmaVOX

Uno de los mensajes más hostiles y dañinos que han podido encontrarse en el conjunto de mensajes de este dataset, se relaciona con ataques y/o amenazas de tipo sexual hacia las mujeres, en concreto a la protagonista de este hashtag, así como la satirización o auge del humor al respecto de esta temática, que hace aceptables comentarios simbólica o explícitamente violentos. Se muestra a continuación un claro ejemplo, para su posterior análisis:

@_josemigel: @gaceta_es la podrían haber violado, está buena #TodosconinmaVOX

De esta amenaza sexual o mero planteamiento hipotético de una agresión de este tipo, se desprende una forma hostil de disciplinar a las mujeres que se apartan de la normatividad de género, como puede ser el caso de Inmaculada como portavoz de un partido político y participante en la vida pública de forma activa. Simultáneamente, el emisor del mensaje considera que hablar sobre una hipotética violación a una mujer a través de la retórica y el humor, puede ser divertido, lo cual conlleva que finalmente este tipo de mensajes pasen a ser socialmente normalizadas (Kole, 2016).

Existe una particularidad en Twitter, y es que los tuits en los que se hace uso de la agresividad e incluso la violencia verbal pueden multiplicarse con facilidad (Mancera & Helfrich, 2014), y lograr así la ansiada repercusión, persuasión e influencia que muchos usuarios/as buscan en la red social Twitter. Es el caso del tuit de @_josemiguel, que consigue que 190 personas retuiteen su comentario sexista hostil y le den publicidad en la red, ya sea para criticarlo o para publicitar el chiste. Hay que añadir otra forma de microviolencia plasmada en el mensaje de este usuario, que no duda en utilizar una expresión considerada micromachista y hostil, referida al físico de la víctima, vinculándola a un mero objeto sexual, para justificar involuntaria o voluntariamente una hipotética violación: “está buena”.

B.3.2. Posicionamiento benevolente.

Otro posicionamiento microviolento hallado se relaciona con el sexismo benevolente, que parte de la premisa “las mujeres deben ser protegidas por los hombres” o “las mujeres son más débiles que los hombres”. A continuación, se muestran diversos ejemplos representativos de los 154 tuits categorizados como benevolentes:

@MarAla08: @CANDELASAPARICI @conelmazo_dando @vox_es siempre atacan en manada y a traición, y como no a los más débiles. #TodosconinmaVOX

@AnikinGil: @vox_es Cómo se puede agredir a una criatura tan angelical? Soy afiliada a VOX y ahora más que nunca estoy orgullosa de mi partido. #TodosconinmaVOX

Se encuentran numerosos tuits en este corpus de textos en los que se hace referencia a la víctima como “niña”, “chavala”, “chiquilla” o “criatura”, de lo cual se desprende una intencionalidad sobreprotectora que responde a la consideración de

Inmaculada como débil y desprotegida (víctima), ideario que se relaciona con los preceptos del sexismo benevolente y que sitúan a la mujer en una posición de necesidad de protección. La utilización de diminutivos o de palabras asociadas a la infancia y a la desprotección se percibe como habitual en los 154 tuis analizados y clasificados como benevolentes. Otros ejemplos como los que se exponen a continuación, añaden más información sobre la consideración que se tiene de la víctima:

@Franciscolgea: 3 valientes antifascistas golpean a una chica de 18 años y 40 kilos. Un abrazo desde @Csvalladolid. #TodosconinmaVOX

En este ejemplo, el emisor victimiza aún más a la agredida, haciendo referencia a su peso, lo cual sumado a la expresión “chica de 18 años” pretende transmitir un componente trágico que posiciona a la víctima en una mayor debilidad y desprotección de la que por sí se le otorga.

Otros tuits que ejemplifican el posicionamiento benevolente imperante en este hashtag, apuntan hacia un componente de “hombría protectora” de algunos usuarios que pretenden rechazar la agresión a la par que proteger a la víctima. A continuación, se expone un ejemplo:

@Oxycodona: A la policía o a Rajoy no hay huevos de ir a pegarles no?? #TodosconinmaVOX

El hecho de que el partido político al que pertenece Inmaculada haya creado este hashtag sustituyendo el apellido de la mujer política por el nombre del partido, y utilizando un diminutivo del nombre de la víctima, “Inma”, ejemplifica de nuevo un posicionamiento benevolente.

A pesar de la intencionalidad propagandística que puede tener el título de este hashtag, no hay que pasar por alto el hecho de que las mujeres, como se muestra en este ejemplo, en ocasiones son nombradas en su ámbito profesional por su nombre de pila o por un diminutivo, al contrario de lo que puede ocurrir con los hombres de una misma categoría profesional.

B.3.3. Posicionamiento micromachista.

Una etiqueta creada con el objetivo de apoyar una causa concreta, acaba sosteniendo un posicionamiento micromachista casi invisible, que entre otras cosas apunta al sostenimiento de ciertos estereotipos de género o estereotipos feministas. He aquí un ejemplo que representa a gran parte de los 91 tuits categorizados como micromachistas:

@OpoyF: @Santi_ABASCAL @isequier96 Hay gente a la que el feminismo le dura lo que tarda una mujer en llevarles la contraria. #TodosconinmaVOX

En este tuit de @OpoyF, se recurre a una retórica humorística micromachista para perpetuar una etiqueta social vinculada a las mujeres “siempre llevan la contraria”, sosteniendo con ello estereotipos de género tradicionalmente vinculados a las mujeres. Se puede percibir, además, que los dos usuarios participantes (el emisor y el receptor etiquetado @santi_ABASCAL), son hombres, lo cual, sumado a otros ejemplos hallados, apoyaría a priori la premisa de que el humor machista se sigue transmitiendo por sexos.

Continuando con el posicionamiento micromachista encontrado, cabe hacer referencia a aquellos mensajes analizados que cuestionan la capacidad de las mujeres, en especial de aquellas que se alejan de la normatividad esperada para su género (en concreto, su vinculación al espacio doméstico y privado). En el siguiente ejemplo representativo, se pasa por alto la capacidad o aptitud que puede tener Inmaculada Sequí para desempeñar el cargo que ostenta, y manifiesta un posicionamiento micromachista.

@Satur11: - Nos votan 4, ETA no existe, ¿qué campaña hacemos? – Pon una joven mona de presidenta y que la “izquierda” le pegue.

Otro ejemplo de utilización de la amenaza sexual “bromista” hallada en los mensajes analizados se muestra a continuación:

@secador_77: Po yo le daba #TodosconinmaVOX

Tal y como se puede observar, el emisor del mensaje utiliza la etiqueta de un hashtag cuyo tema trata sobre una agresión a una mujer para mostrar en tono jocoso el interés sexual que le despierta la víctima. Forma parte del argot de Twitter que los usuarios utilicen la expresión “po’ (pues) yo le daba” en cualquier tipo de contexto y situación, independientemente de que se trate de un tema serio o no, para objetivar a la mujer como elemento sexual y mostrar su interés en este sentido. Esta expresión se constituye como parte del argot tuitero, hecho que simboliza la naturalidad con la que se puede violentar simbólicamente a las mujeres en el entorno online de una forma hostil que se camufla tras el humor.

B.3.4. Posicionamientos neosexistas.

276 tuits analizados apuntan a la existencia de un posicionamiento neosexista en el que se atenta contra las mujeres que reivindican sus derechos o que sencillamente participan en la vida pública, sea dentro o fuera de las redes sociales. En definitiva, contra aquellas que se alejan de la normatividad femenina esperada. Es el caso de las comúnmente conocidas como “FEMINAZIS”, que principalmente engloba a aquellas mujeres que cuestionan las estructuras patriarcales y que denuncian situaciones injustas para éstas. Los mensajes que dan lugar a este posicionamiento, incluyen en muchas ocasiones violencia explícita y hostil contra las mujeres. Se ofrecen dos ejemplos a continuación:

@AMJ_CARBAJO: NO veo a las de FEMEN, ni a los colectivos FEMINAZIS hoy. #TodosconinmaVOX

@andujar_soprano: Putas feminazis, que asco me dais. #TodosconinmaVOX

Aparece en los resultados una fuerte relación entre los ataques a mujeres feministas y su asociación con el alejamiento de patrones estéticos establecidos para mujeres. Concretamente, las mujeres que declaran pertenecer a este colectivo, sufren ataques recurrentes asociados a la crítica de su físico, tildado de “varonil” o “sin depilar”. Estereotipos negativos que se transmiten sobre el colectivo y que fomentan la persistencia de una imagen errónea y desprestigiada de las mujeres que luchan por los derechos de las mujeres, muchas veces consiguiendo silenciarlas. De igual forma, en los tuits categorizados como neosexistas, se asocia la defensa de los derechos de las mujeres a las prácticas nudistas que desempeñan algunas agrupaciones feministas, favoreciendo con ello el rechazo hacia éstas.

A continuación, se muestra un ejemplo de ello:

@Oct100: ¿Dónde están las feministas? Hoy no se habían depilado y no podían quitarse la camiseta... #TodosconinmaVOX

Este tipo de mensajes se repite de manera constante en el corpus de textos del dataset 2, descubriendo la existencia de un posicionamiento neosexista que incluye un sentimiento de rechazo al feminismo, desvirtuándolo.

A juzgar por el contenido explícito e implícito de los tuits que se exponen a continuación, cabría afirmar que los emisores no se muestran conformes de manera habitual con los preceptos de agrupaciones feministas tales como @Femen, al referirse a estas como “las femen” o “hipócritas”. Otro ejemplo demuestra esta afirmación:

@Missione: Qué hacen las #FEMEN que no se manifiestan por la agresión a una mujer? Hipócritas!!!! #TodosconinmaVOX

Otra de las tendencias detectadas dentro del posicionamiento neosexista imperante en este estudio de caso, apunta a la justificación de la violencia contra la víctima. En el siguiente ejemplo se puede percibir cómo se plantea dicha justificación sobre la base de la pertenencia de Inmaculada a un determinado partido político. La habitual frase “algo habrá hecho” toma forma en el siguiente ejemplo:

@barbijaputa: @miky_co sí, igual mañana sale la historia completa y es que ella ha pegado antes a los otros, qui lo sa, es VOX, a ver... #TodosconinmaVOX

Por tanto, una de las reacciones que ha generado el acto de agresión a Inmaculada Seguí ha sido la de justificar la violencia ejercida contra ella, principalmente por parte de personas que a priori se consideran “de izquierdas” y que paradójicamente suelen condenar la justificación de la violencia contra las mujeres. De la misma forma, y para complejizar un poco más el análisis, emisores favorables a la ideología ultraderechista, que según sus premisas de partida justifican algunas agresiones contra mujeres (“iba provocando”), en este caso se solidarizan con la víctima y entienden el suceso como algo injustificado e injusto. En un contexto en el que la violencia de género se encuentra a la orden del día y en el que se promueve la tolerancia cero hacia la violencia contra las mujeres, el discurso digital hallado en los mensajes recopilados en este hashtag confirman la existencia de una ideología propensa a justificar agresiones contra mujeres. De la prototípica expresión “normal que la violen, si es que va provocando”, se pasa a otras de similar intencionalidad y trasfondo que no hacen más que confirmar que lo que pervive detrás del discurso político correcto de tolerancia cero a la violencia contra las mujeres, es un posicionamiento neosexista que justifica ciertas agresiones.

En la misma línea, otros usuarios que no sienten simpatía hacia la víctima, cuestionan incluso que el suceso haya tenido lugar, apelando indirectamente a que haya existido una denuncia falsa y dudando de las lesiones. Se muestran varios ejemplos de esta afirmación:

@fermont1965: En un sitio tan pequeño como Cuenca, 2 hombres y una mujer, y la policia no sabe todavía nada. Lagarto, lagarto. #TodosconinmaVOX

@RafaGijon69: En esa foto veis a alguien con el pómulo roto y el labio partido? Necesitaré gafas? #TodosconinmaVOX



Con este tipo de mensajes los emisores publicitan una imagen negativa sobre la víctima y su partido, llegando incluso a cuestionar la existencia de la agresión sufrida o a infravalorar la dimensión de lo ocurrido.

C. Resumen de resultados dataset total (dataset 1+ dataset 2).

Los resultados obtenidos en los dos estudios realizados (1 y 2) ya han sido expuestos en las líneas previas, si bien, se valora necesario introducir una visión de conjunto al análisis que mejore la comprensión del fenómeno. En primer lugar, los resultados obtenidos en ambos estudios han confirmado la existencia de diversos tipos de violencia, tanto hostil, como benevolente, micromachista o neosexista en Twitter.

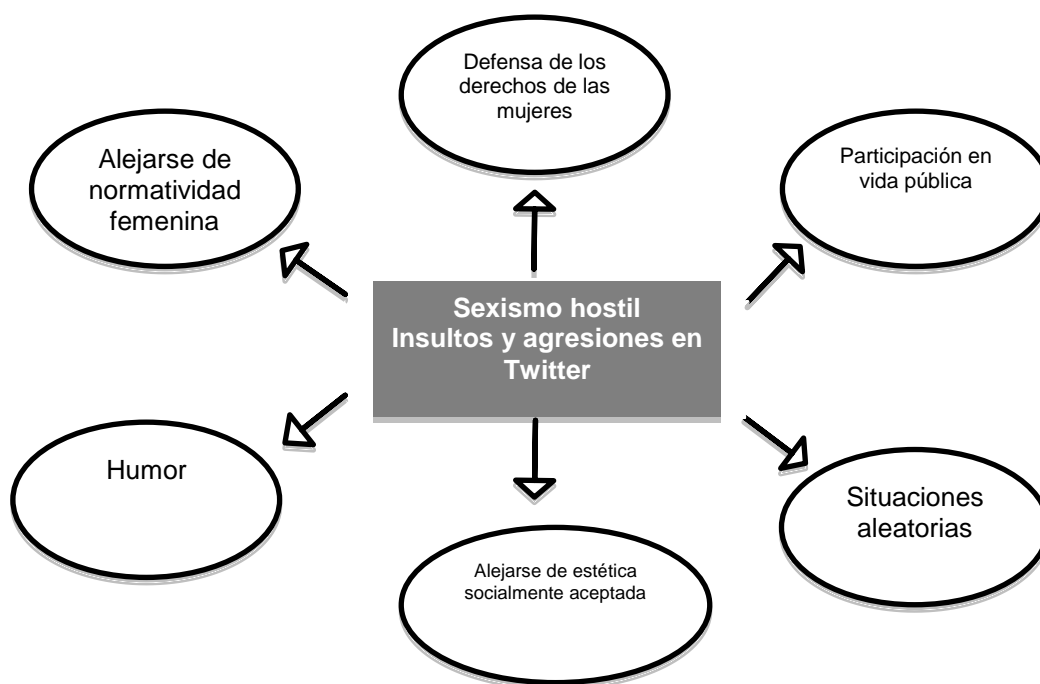
En el estudio 1, los resultados obtenidos muestran diversos ejemplos de las cuatro tipologías de violencias de género categorizadas. Sin embargo, el estudio 2 ha permitido profundizar en los resultados obtenidos en el estudio 1, especialmente al respecto de los posicionamientos benevolentes y neosexistas. Ambos constructos se transmiten de una manera transversal e invisibilizada en la red, lo cual se traduce en la dificultad para poder rastrearlos únicamente a través del monitoreo de palabras clave. Por ello, la inclusión del estudio 2 ha permitido indagar de manera más profunda y naturalizada, no solo en los constructos hostil y micromachista, sino también en benevolente y neosexista. El hecho de haber analizado este caso vinculándolo únicamente a un hashtag, sin que se haya visto influenciado por palabras clave, ha permitido ofrecer una visión más integral del fenómeno y ahondar en los posicionamientos más invisibles de las violencias de género que se dan en Twitter, especialmente las simbólicas.

A continuación, se incluye una tabla final de resultados categorizados que trata de resumir los posicionamientos detectados en este trabajo de campo, tanto en los obtenidos en el estudio 1 (dataset 1) como en el estudio 2 (dataset 2) (tabla 7).

Tabla 7
Tabla de resultados categorizados: violencias de género en Twitter.

| Categoría | Definición y ejemplos |
|-------------------------|---|
| 1. Hostil | <p>Crítica a alejamiento de rol normativo <i>@Santi_Merendola: No te quejes cuando te llaman zorra si te has comido 200 p****.</i></p> <p>Crítica a alejamiento de patrón estético establecido <i>@Santosanto: Que asco me dan las putas gordas. Y aun más las gordas putas.</i></p> <p>Objetivación de la mujer <i>@Satur11: - Nos votan 4, ETA no existe, ¿qué campaña hacemos? – Pon una joven mona de presidenta y que la “izquierda” le pegue.</i></p> <p>Violencia sexual <i>@Mocho777: Cualquier día te violo.</i></p> |
| 2. Benevolente | <p>Concepto de debilidad asociado a mujer <i>@MarAla08: @CANDELASAPARIC1 @conelmazo_dando @vox_es siempre atacan en manada y a traición, y como no a los más débiles.</i></p> <p>Necesidad de protección y cuidado de la mujer <i>@AnikinGil: @vox_es Cómo se puede agredir a una criatura tan angelical?</i></p> <p>Complementariedad de género (amor romántico) <i>@Molina8: Una mujer debe ser guarra en la cama con su marido.</i></p> |
| 3. Micromachista | <p>Humor asociado a estereotipos tradicionales <i>@OpoyF: @Santi_ABASCAL @isequier96 Hay gente a la que el feminismo le dura lo que tarda una mujer en llevarles la contraria.</i></p> <p>Humor asociado a estereotipos neosexistas <i>@SoyLadyCorrales: Mija tú que eres feminista, critica las estrías de aquella muchacha y luego regresas a dar un discurso de igualdad de género.</i></p> <p>Humor asociado a violencia <i>@_josemigel: @gaceta_es la podrían haber violado, está buena.</i></p> |
| 4. Neosexista | <p>Antifeminismo <i>@AMJ_CARBAJO: NO veo a las de FEMEN, ni a los colectivos FEMINAZIS hoy.</i></p> <p>Existencia de denuncias falsas. <i>@fermont1965: En un sitio tan pequeño como Cuenca, 2 hombres y una mujer, y la policía no sabe todavía nada. Lagarto, lagarto</i></p> <p>Justificación de la violencia. <i>@barbijaputa: @miky_co sí, igual mañana sale la historia completa y es que ella ha pegado antes a otros, qui lo sa, es VOX, a ver...</i></p> |

En primer lugar, se detecta la existencia en los mensajes analizados de un posicionamiento hostil contra las mujeres que ejemplifica la existencia de un tipo de violencia que se creía en declive. Merece especial atención comprobar cómo se normalizan en ambos corpus de textos, especialmente en el primero, las conductas extremadamente sexistas y violentas contra las mujeres. Tras la máscara anónima que oculta a gran parte de las/os usuarias/os, se ejerce una conducta hostil despenalizada contra las mujeres. En concreto, se agrede y se utilizan insultos contra mujeres que se alejan de la normatividad femenina, especialmente al respecto de la vivencia de su sexualidad, que se alejan de los patrones estéticos establecidos socialmente, que participan en la red, se declaran feministas u otros motivos aleatorios. En la figura 16 quedan plasmadas las situaciones que se dan cuando concurren este tipo de posicio-



namientos:

Figura 16: Situaciones que generan el uso de expresiones hostiles contra las mujeres en Twitter.

Al respecto del posicionamiento benevolente detectado en ambos dataset, hay que señalar la dificultad hallada para identificar ejemplos en el primero de ellos. La razón principal se relaciona con que este tipo de sexismo suele permanecer oculto y resulta difícil poder percibirlo introduciendo palabras clave concretas. Este es el motivo por el cual el dataset 1 ha arrojado resultados escasos en este sentido. Sin embargo, el dataset 2, que incluía todo tipo de tuits sujetos a una temática concreta, sí ha arrojado interesantes resultados sobre la existencia de un posicionamiento sexista de tipo benevolente, generalmente asociado al ideal de amor romántico entre mujeres y hombres (“toda mujer necesita un hombre que la complemente”), a la supuesta debilidad y sensibilidad de las mujeres con respecto a los hombres, y en consecuencia a la necesidad de protección de éstas. En la figura 17 se muestran las características identificadas al respecto del posicionamiento benevolente:

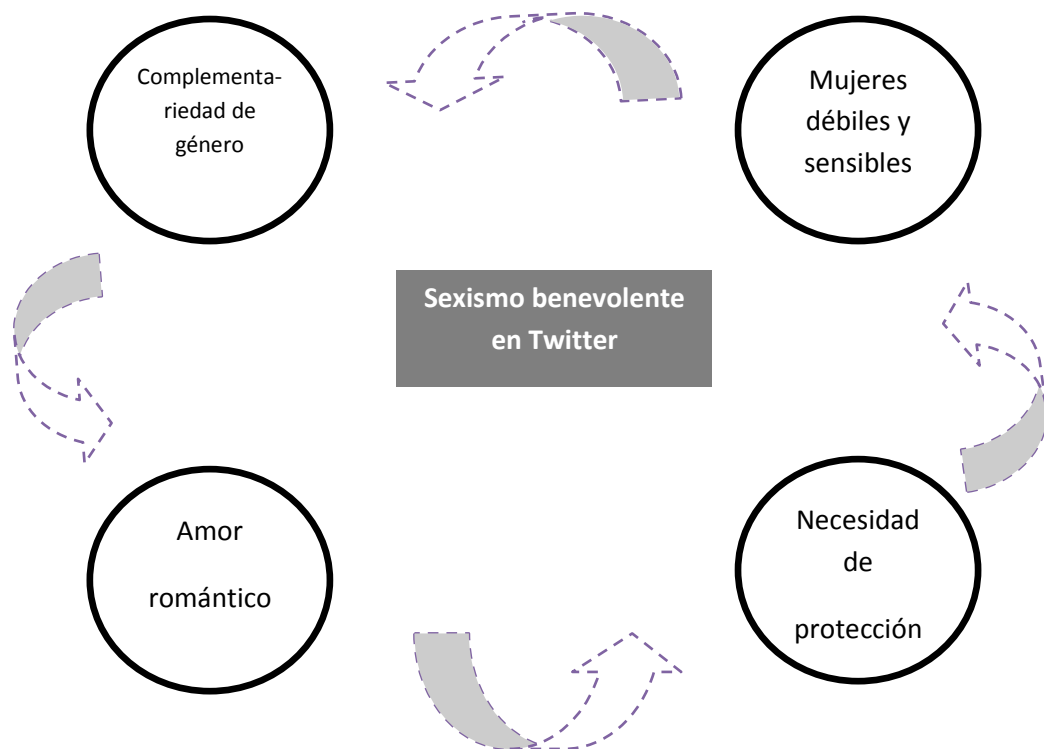


Figura 17: Discurso benevolente identificado en Twitter.

Con respecto a la existencia del posicionamiento micromachista, Twitter se constituye como el contexto por excelencia en el que el humor y las bromas sobre cualquier tipo de temática se sucede de manera habitual, obteniendo además, por lo general, enorme viralidad e influencia entre las/os usuarias/os. El análisis realizado en los dos dataset ha tratado de identificar sobre qué temáticas se bromea en Twitter al respecto de las mujeres, que se especifican en la figura 18. Los resultados más llamativos apuntan hacia la existencia de una tendencia del uso del humor que incluye insultos explícitos contra las mujeres, así como bromas sobre agresiones de cualquier tipo hacia éstas. Por lo general, este tipo de bromas hostiles suelen incluir alusiones a mujeres que se alejan de la normatividad femenina o de los patrones estéticos establecidos. Además, la transmisión de estereotipos, tanto tradicionales como neosexistas, permanece camuflada bajo el disfraz del humor. El tratamiento de la mujer como un objeto sexual forma igualmente parte de la realidad micromachista existente en Twitter.

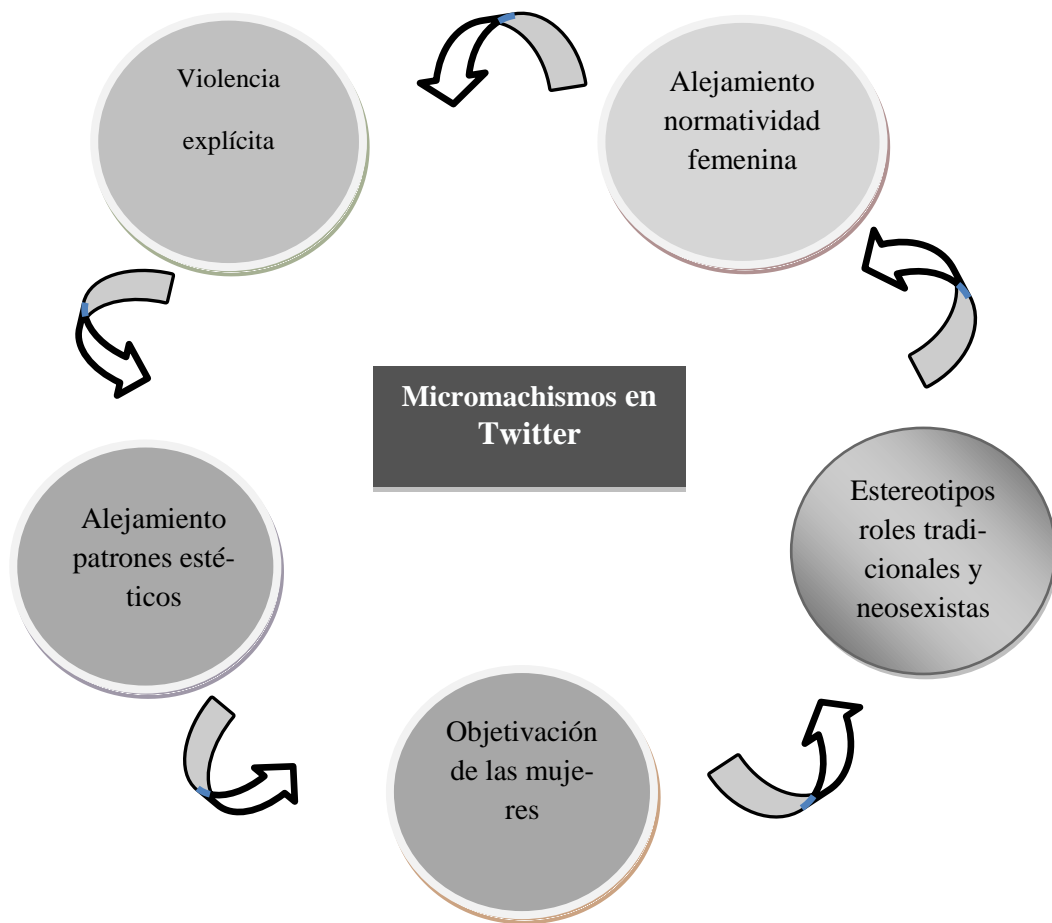


Figura 18: Discurso micromachista identificado en Twitter: ¿Sobre qué se bromea en Twitter al respecto de las mujeres?

Por último, probablemente constituyendo uno de los hallazgos más relevantes de este trabajo de investigación, existe un posicionamiento neosexista latente en ambos corpus de textos analizados. Se caracteriza principalmente por la existencia de una ideología antifeminista que confunde y ataca con la intención de silenciar a aquellas mujeres que participan activamente en las redes sociales y que promueven la igualdad de género, cuestionando las estructuras patriarcales y denunciando aquellas situaciones que generan desigualdad o injusticias para las mujeres. Los insultos tales como “feminazi” o “hembrista” se utilizan para insultar a las mujeres que se postulan a favor de la igualdad de género. Además, se ha detectado la existencia de numerosos estereotipos negativos sobre las mujeres feministas, que quedan vinculadas a carac-

terísticas varoniles, exageradas o feas, entre otras, y que genera indirectamente que muchas mujeres no deseen ser identificadas con el feminismo. Puede verse en la figura 19 el tipo de estereotipos negativos encontrados en este sentido.

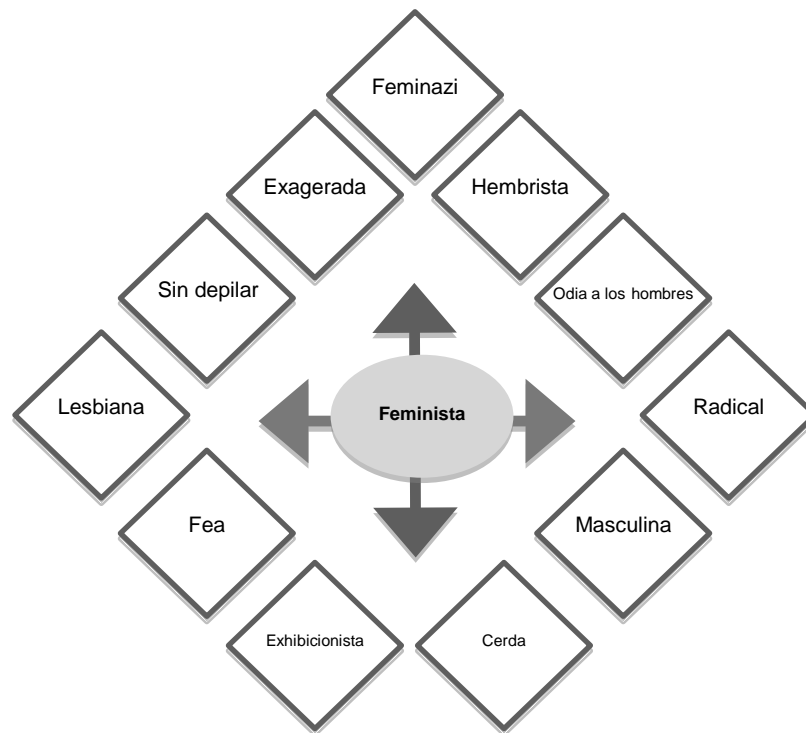


Figura 19: Estereotipos negativos sobre mujeres feministas en Twitter

El objetivo esperado por aquellas/os que utilizan este tipo de insultos, es el de silenciar y confundir a las mujeres y, en definitiva, generar rechazo hacia el feminismo incluso por parte de las propias mujeres. A estos resultados hay que añadir la existencia de otras premisas que completan el posicionamiento neosexista como “las demandas de las mujeres son exageradas” o “la violencia de género no es para tanto o está justificada en muchos casos”, que se transfieren en el dataset total confirmando así la transmisión de un ideario erróneo sobre el feminismo en general y sobre la

lucha por la consecución de derechos de las mujeres en particular. En la figura 20 se plasman las características del posicionamiento neosexista detectado en el dataset final.

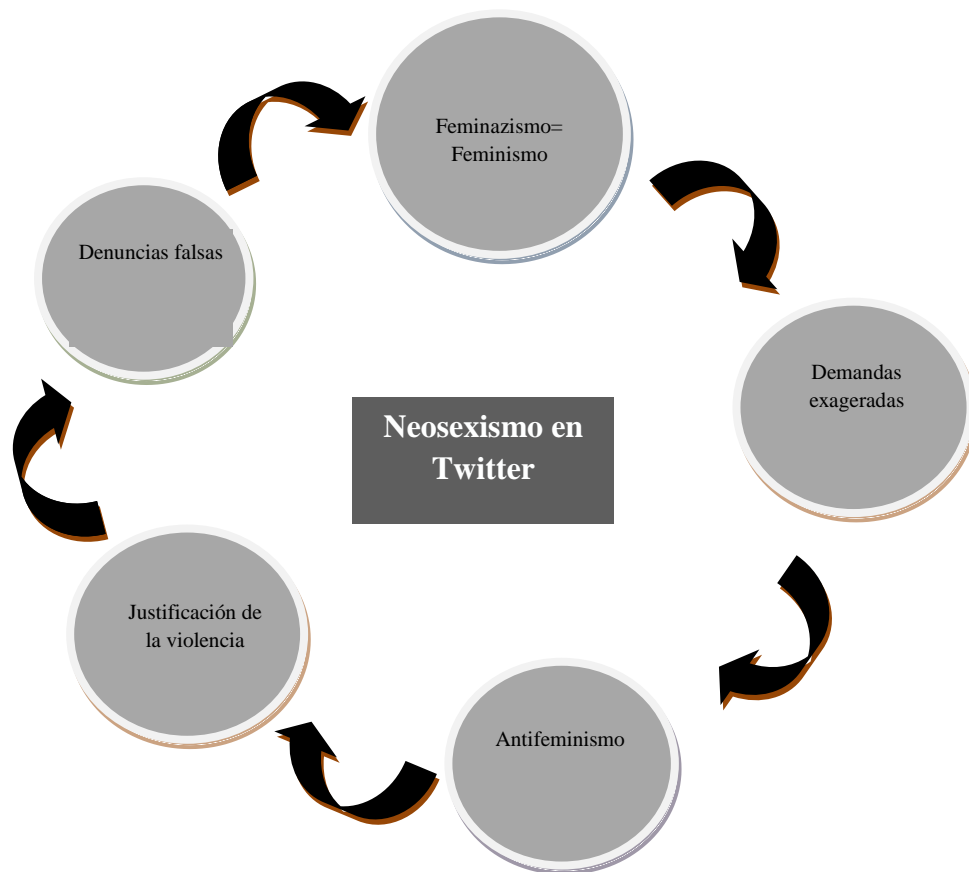


Figura 20: Discurso neosexista identificado en Twitter

Para profundizar en los resultados explicados previamente, se procede a realizar una discusión que confronte los mismos con otros estudios científicos llevados a cabo sobre esta materia y que permita confirmar o rechazar las hipótesis de partida de este trabajo de investigación, y en consecuencia los objetivos propuestas en el mismo, así como los nuevos hallazgos y propuestas.

Capítulo VI. Discusión.

Este epígrafe se estructura en cuatro subapartados, uno por cada constructo teórico de partida, que a su vez tienen como referente directo las hipótesis y objetivos planteados en la investigación. En cada uno de ellos se realiza una síntesis de los principales resultados obtenidos, poniéndolos en relación con los hallazgos obtenidos en investigaciones científicas previas en relación al objeto de estudio.

A. Violencias de género en Twitter.

Los resultados hallados confirman que la hipótesis 1, la cual afirma que *en Twitter existe violencia, tanto explícita como simbólica, contra las mujeres*. Twitter se constituye como un contexto público que aloja en su seno agresiones explícitas contra las mujeres (Lewis, Rowe & Wiper, 2016). Esta violencia ejercida representa una extensión de la realidad de género, donde la violencia y el abuso contra las mujeres pueden conformarse como la tónica habitual (Banet-Weiser & Miltner, 2016; Barlett et al., 2014; Citron, 2014; Cole, 2015; Donoso-Vázquez, 2014; Donoso & Prado, 2015; Fox, Cruz, & Lee, 2015; Halpern & Gibbs, 2013; Herring, 1996; Hlavka, 2014; Jane, 2015; Lee, 2007; Lewis et al., 2016; McGlashan & Hardaker, 2015; Mantilla, 2015; Megarry, 2014; Quart, 2012; Penny, 2014; Purohit et al., 2016; Rowe, 2014; Shaw, 2014; Suler, 2014). La hostilidad, los prejuicios y la violencia de género han encontrado en internet un nuevo espacio para desarrollarse (Banet-Weiser & Miltner, 2016; Donoso-Vázquez, 2014; Fox, Cruz, & Lee, 2015; Herring, 1996; Penny, 2014), habiéndose identificado diferentes conductas sexistas y violentas, que también cuentan con antecedentes estudiados en blogs, foros online y video juegos

(Fox & Tang, 2014; Hardaker & McGlashan, 2015; Penny, 2014) y en Twitter (Bartlett et al., 2014; Fox, Cruz, & Lee, 2015; Purohit et al, 2016; Shaw, 2014).

Por tanto, los resultados indican que las mujeres son sometidas a bullying, abuso y odio lingüístico en la red (Bartlett et al., 2014), dando por comprobada la hipótesis 1.

A.1. ¿El ocaso del sexismo hostil contra las mujeres?: No en Twitter.

Los resultados hallados en este estudio dan por comprobada la hipótesis 2 planteada, que sostiene que *en Twitter existen posicionamientos violentos hostiles explícitos contra las mujeres que son visibles en la red, participan activamente y/o se alejan de los patrones estéticos y/o normativos esperados socialmente*. Existe un discurso digital violento explícito contra las mujeres que son visibles en la red, participan activamente y/o se alejan de los patrones estéticos y/o normativos esperados socialmente. En los últimos años, el discurso hostil misógino ha sufrido un incremento dramático que ha sido normalizado y que actualmente es tolerado, justificado y esperado (Jane, 2015, 2016a). Y es que la hostilidad online ha sido normalizada incluso por las/os propias/os investigadoras/es, que no han centrado sus prioridades en el abordaje de esta problemática (Dutton, 2013). Se ha encontrado en Twitter un posicionamiento hostil utilizado contra las mujeres en Twitter, y en el que éstas son tildadas de feas, poco inteligentes, putas e histéricas, algo que además puede combinarse con amenazas explícitas de violencia sexual como correctivo a un comportamiento determinado (Jane, 2016b). Dichos resultados coinciden con los hallados en estudios previos, tales como los de Bartlett et al. (2014), Hardaker y McGlashan (2015), Pu-

rohit et al. (2016) y Jane (2015). Por tanto, se puede afirmar que la hostilidad online contra las mujeres existe, y cuenta además con unos componentes diferenciados que requieren ser consensuados para su identificación y erradicación (Jane, 2015; Lewis, Rowe & Wipe, 2016). En concreto, los resultados afirman que la proliferación de la retórica hostil misógina en Twitter se utiliza contra mujeres que son visibles de alguna forma, por parte de autoras/es anónimas/os o con dificultad de identificación (Jane, 2014a). Otros estudios han corroborado la gran influencia que ejerce el anonimato para la desinhibición en redes sociales, así como su asociación con mayor hostilidad contra otros (Fox, Cruz & Lee, 2015; Fox; Dillon & Bushman, 2015; Halpern & Gibbs, 2013; Jane, 2015; Rowe, 2014; Suler, 2014; Udris, 2014, Williams, 2006). Los hallazgos obtenidos en este trabajo, además, son congruentes con los hallados por Fox, Cruz y Lee (2015), que afirman que la máscara que cubre a las/os usuarias/os de Twitter es idónea para emitir mensajes cuya hostilidad en ningún caso es reprendida formalmente (Fox, Cruz & Lee, 2015). A ello hay que sumar que, en la presente investigación, gran parte de los mensajes analizados procedían de usuarios anónimos. Twitter ha sido catalogada como la red social en la que se produce más violencia hostil contra las mujeres (Jane, 2016b). Estos discursos son principalmente perpetrados por hombres que intentan controlar y silenciar los discursos online de las mujeres (Cole, 2015; McGlashan & Hardaker, 2015).

En la línea con lo que proponen estas/os autoras/es, los resultados obtenidos en este trabajo confirman la hipótesis confirman que la hostilidad online o violencia de género en su forma más explícita, se efectúa contra aquellas mujeres que se alejan de los patrones normativos o estéticos asignados a su género (Donoso et al., 2015; Donoso-Vázquez, Rubio & Vilà, 2017; Jane, 2015). Una de las muestras más habi-

tuales del sexismo hostil se relaciona con el hecho de que las mujeres no cumplan con el patrón tradicionalmente esperado. Intervenciones públicas de las mujeres en el mundo online producen en ocasiones respuestas hostiles que se convierten en agresiones explícitas contra éstas. Las mujeres cuestionan la autoridad masculina a través de la intromisión en espacios tradicionalmente ocupados por hombres, por lo que silenciar y excluir sus voces en la esfera digital se constituye como una dinámica para algunos usuarios (Mantilla, 2015; Megarry, 2014). Un claro ejemplo lo constituye el caso de las *celebrities* o el de las mujeres feministas en Twitter: los resultados muestran que ambos perfiles se constituyen como un objetivo habitual para los agresores, que vuelcan sobre ellas violencia online en su modalidad más hostil (McNally, 2015). Insultos como “puta”, “zorra” o “feminazi” son utilizados contra mujeres por el sencillo hecho de “ser visibles en la red”, afirmación que sigue la línea establecida por McGlashan y Hardaker (2015) y Bartlett et al. (2014). Lo mismo ocurre con aquellas mujeres que se alejan de los patrones estéticos socialmente aceptados. Las mujeres que no cumplen con los cánones de belleza establecidos, son víctimas de violencia y pueden recibir ataques cibernéticos explícitos, ya sea mediante insultos, chistes o vejaciones, en línea con los resultados hallados por Donoso y Vilá (2015) en otras redes. Portar ropa sexy, relacionarse con hombres o mantener relaciones sentimentales o sexuales alejándose de los patrones socialmente establecidos para las mujeres, constituyen una forma de justificación para los agresores que, tras el anonimato, o no, violentan a las mujeres. Por último, cabe hacer referencia a los posicionamientos violentos sexuales existentes contra las mujeres en Twitter, ya sea en forma explícita, humorística o amenazante, en consonancia con otros estudios realizados (Bartlett et al. 2014; Purohit et al., 2016). Las fantasías o amenazas sobre violación que hipersexualizan a las mujeres se transmiten en la red, de la misma forma

que se define a las mujeres como “putas” o se las trata como meros objetos sexuales. Durante siglos, el cuerpo femenino ha sido objetivado y representado como espectáculo para el deleite de la mirada masculina (Mayayo, 2003). Es por ello que las mujeres han sido educadas para dejarse mirar, mirarse a sí mismas y a las demás, condicionadas a mostrar una correcta imagen (Ballesteros, 2016). Paradójicamente, si no son definidas como objetos sexuales o putas, es porque son “feas, gordas, enanas o lesbianas” (Jane, 2016b).

Los resultados han informado sobre que el sexismo hostil no parece encontrarse disminuyendo en el contexto de Twitter, al contrario de lo que Glick y Fiske (1996) plantean en la teoría del sexismo ambivalente. Por el contrario, y tal y como se ha demostrado igualmente en otros estudios (McGlashan & Hardaker, 2015; Jane, 2016a), la hostilidad online contra las mujeres se sostiene en las redes sociales, planteándose incluso un retroceso al respecto de lo que ya se consideraban “viejas formas” de sexismo.

A.2. Princesas y cuentos: el fantasma del sexismo benevolente.

Los obtenidos han permitido confirmar la hipótesis 3, que señala que *en Twitter existen posicionamientos en los que se fomenta la creencia sobre la debilidad de las mujeres y su necesidad de protección, así como sobre los mitos asociados al amor romántico*. A pesar de la dificultad que conlleva visibilizar las formas de sexismo benevolente en Twitter como consecuencia de su transversalidad e invisibilidad, los resultados de esta investigación informan sobre que en Twitter se sostiene una forma de violencia menos explícita y más educada contra las mujeres que llega a cegarnos

de su existencia y proliferación (Jane, 2014a). Aunque no existen estudios llevados a cabo al respecto de la violencia benevolente o microviolencia que se da en Twitter, sí se han realizado aproximaciones al respecto en otras redes sociales, y serán tomadas en cuenta como referente para esta discusión.

En primer lugar, se puede afirmar que se sucede la pervivencia del concepto de debilidad asociado a la mujer en Twitter, de lo que se desprende la necesidad de protección y cuidado hacia ella, en línea con lo que afirman los escasos estudios realizados en esta materia en entornos online (Donoso et al., 2015; Donoso-Vázquez, Rubio & Vilà, 2017; Estébanez & Vázquez, 2013; Jane, 2015). A esta necesidad de protección y debilidad que se vincula al género femenino, va asociado el ideal de amor romántico entre mujeres y hombres, también representado en Twitter. Los resultados indican la pervivencia de una ideología peligrosa en la que las mujeres deben complementar y satisfacer a los hombres para lograr la plena felicidad. Las y los jóvenes son un colectivo vulnerable que interioriza como máxima a alcanzar el amor romántico, sustentado sobre las bases patriarcales de desigualdad de género, que de alguna forma justifican ciertas formas de violencia de género (Donoso et al., 2015; Estébanez y Vázquez, 2013). El ideal de princesa que espera a su príncipe azul se sostiene en la fracción de Twitter analizada, confirmando la existencia de un tipo de microviolencia invisibilizada que continúa relegando a las mujeres a un plano complementario y vinculado a la satisfacción de los hombres.

A.3. Micromachismos o cómo normalizar la violencia contra las mujeres a través del humor.

Se puede afirmar que los resultados hallados confirman la hipótesis 4, pues *en Twitter se recurre al humor para naturalizar la violencia explícita o simbólica contra las mujeres*. En Twitter se recurre al humor y a la ironía para trivializar el uso de la violencia explícita y/o simbólica contra las mujeres y también para perpetuar discursos perjudiciales, estereotipos sexistas y neosexistas (Estébanez & Vázquez, 2013; Jane, 2014a, 2014b; Manso & Silva, 2016; Marwick, 2013; Purohit et al., 2016; Quart, 2012, Vilà & Rubio, 2015, Worth, Augoustinos & Hastie, 2016). De manera específica, Twitter se constituye como un entorno propenso al uso del humor en todos sus ámbitos, y por ende la mujer se sitúa como uno de los colectivos sobre los que se bromea. La característica principal de los chistes en Twitter es la brevedad, y una de sus pretensiones sería la de relativizar y poner distancia, desde el humor, a los conflictos de la vida cotidiana (Vigara, 2013). El humor sexista volcado sobre mujeres cuenta con una trayectoria histórica (Martín, 2005), que generalmente ha ido asociado a estereotipos tradicionales tales como cotillas, marujas, consumistas o aprovechadas (Ballesteros, 2016), y cuyo sostenimiento puede admirarse en los resultados de esta investigación. Todas estas bromas y chistes han ido dando forma a imaginarios virtuales de tipo sexista que, lejos de extinguirse, se mantienen activos en nuestro bagaje cultural y quedan sostenidos por nuestra estructura social (Shifman & Lemish, 2010). En ocasiones van orientados a aumentar y reforzar tópicos o a desfigurar identidades, sin embargo, no deben apreciarse como algo lúdico e irrelevante, sino como algo revelador sobre los entornos de socialización que generan y que moldean actitudes y opiniones (Ballesteros, 2016). Por todo lo explicado previamente,

puede afirmarse que el humor en Twitter en ocasiones se plasma a través de manifestaciones micromachistas que cuentan con un tinte misógino centrado en el ataque indirecto o directo a las mujeres (Purohit et al., 2016). Los resultados indican que este tipo de comportamientos llevados a cabo contra las mujeres son una muestra más de la cristalización del patriarcado en formas explícitas de ataque cibernético tales como bromas, ironía y humor sexista (Worth, Augoustinos & Hastie, 2016). Esta forma de utilización de la retórica puede denominarse también “sexismo hipster” (Quart, 2012), y puede colaborar tanto al sostenimiento de estereotipos tradicionalmente sexistas “Mujeres a la cocina” (Jane, 2014a), como al de estereotipos neosexistas “Las feminazis no se depilan”. En los resultados hallados se percibe una línea humorística que se dirige principalmente a mujeres que no cumplen con los roles femeninos, patrones estéticos o normativos, o que sí los cumplen, como es el caso de los estereotipos tradicionales. Se ha percibido una tendencia a la utilización de la ironía y la retórica por parte de sus usuarios contra aquellas mujeres tildadas como gordas, putas, feminazis o feas. Los chistes y bromas sobre mujeres que pertenecen a alguna de estos grupos son una estrategia que deslegitima a muchas usuarias.

La recurrencia en el uso del humor para perpetuar estereotipos tradicionales asociados a mujeres se puede observar en los resultados obtenidos. La vinculación de la mujer al ámbito privado, “hogar” o “familia”, así como a ciertas características negativas, tales como locas, inestables, charlatanas o consumistas, es un tema presente en los chistes y bromas que se perpetúan en esta red social (Jane, 2014a). Asimismo, el humor aplicado sobre las mujeres que cuestionan la igualdad entre mujeres y hombres o las habitualmente tildadas como “feminazis”, son un colectivo sobre el

que emitir bromas, permitiendo con ello el sostenimiento y expansión de una serie de estereotipos negativos asociados a las mujeres feministas.

Por último, los resultados indican que la utilización del humor en Twitter intenta trivializar la violencia contra las mujeres, tanto la de tipo físico como la de tipo sexual, y se constituye como uno de los micromachismos que se dan en esta red: “la podrían haber violado, está buena”. “La ridiculización pública, colectiva y desde un artefacto cultural, como es el humor, tiende a tener un efecto doblemente negativo, por un lado, consigue su objetivo de deslegitimar y humillar al otro —en este caso a las mujeres— y por otro lado genera una narrativa cultural que se tiende a perpetuar y repetir, usando el humor como excusa” (Manso & Silva, 2016, p.119). De la misma forma, la hipersexualización de la mujer y su consecuente situación como objeto sexual, completan el posicionamiento micromachista que se trasmite en Twitter.

A.4. Hacia la cuarta ola (anti)feminista: neosexismo y feminazis.

Los resultados hallados confirman la hipótesis 5, que planteaba que *en Twitter existe una corriente neosexista que se materializa en violencia simbólica y explícita contra las mujeres que se declaran feministas, que reivindican la igualdad de género o que cuestionan las estructuras patriarcales*, como variante de la violencia hostil y simbólica que se ejerce contra aquellas que no cumplen con la normatividad femenina esperada. La corriente neosexista detectada en Twitter se manifiesta de diferentes formas y se constituye como una reacción patriarcal al respecto de la reivindicación de la igualdad de género entre mujeres y hombres. Según dicha corriente, la igualdad ya se ha alcanzado, por lo que todas las demandas que las mujeres realizan actual-

mente son exigencias desproporcionadas, cuestionables y rechazadas. Hay que señalar que apenas se han llevado a cabo estudios específicos sobre neosexismo en Twitter, por lo que la comparativa que se puede realizar en este sentido se limita principalmente a estudios realizados en otras redes sociales.

Los resultados obtenidos informan que, en una fracción de Twitter, el feminismo se interpreta como una corriente peligrosa, radical y desvalorizada que genera sentimientos de rechazo hacia mujeres que cuestionan las estructuras patriarcales. Otros estudios, realizados en redes sociales e internet en general, pero no en Twitter en particular, coinciden en la afirmación de estos resultados, tales como los de Donoso y Prado (2015) y Edley y Wheterel (2001). Además, se ha demostrado que el feminismo es definido en ocasiones en Twitter por una imagen desfigurada del mismo, reforzada por mitos y estereotipos negativos, acompañados de sentimientos de rechazo de las personas a autodefinirse como feministas (García, Cala & Trigo, 2016). Los resultados confirman la hipótesis de que muchas mujeres feministas activas en Twitter, que apuestan por la defensa de la igualdad de género, sufren acoso y violencia online, coincidiendo con los resultados obtenidos en el estudio de Lewis, Rowe y Wipe (2016). Insultos como “feminazi” o “hembrista” se han convertido en un referente utilizado contra cualquier mujer que denuncie una situación injusta de desigualdad o que promueva la consecución de derechos para las mujeres, confundiendo y fusionando el feminismo con el feminazismo. La hostilidad anti feminista es un factor importante en el hecho de que las personas, especialmente las mujeres, no se consideren feministas (Yeung, Kay & Peach, 2014). Existen argumentos que hacen que las personas feministas se vean representadas frecuentemente por los medios como masculinas y físicamente poco atractivas (Percy & Kremer, 1995), por lo que

las mujeres se ven desanimadas a identificarse como tales (Swirsky & Angelone, 2014). De hecho, muchas mujeres apoyan los ideales feministas, pero no se identifican con ellos por la etiqueta negativa a la que se asocia y que implicaría la pertenencia al grupo señalado negativamente por el resto de la sociedad (Tajfel & Turner, 1989): las feminazis o “lobby hembrista”.

Se ha observado un posicionamiento de rechazo hacia la intromisión y participación de las mujeres en el entorno online, con una clara intencionalidad de los perpetradores de la violencia que apunta hacia el deseo de silenciar y excluir las voces de las mujeres de la esfera pública digital (Donoso-Vázquez, Rubio & Vilà, 2017; Megarry, 2014). Al fin y al cabo, las mujeres feministas representan el alejamiento de la normatividad femenina tradicional a través del cuestionamiento de la estructura patriarcal de poder, por lo que se constituye como una variante del sexismo hostil hallado en Twitter (Yeung, Kay & Peach, 2014).

Otras variantes del discurso neosexista que han informado los resultados obtenidos en este estudio, apuntan a la existencia de denuncias falsas por violencia de género, a que la igualdad ya se ha conseguido y a la negación y/o justificación de la violencia de género, en sintonía con lo hallado en estudios realizados en otras redes sociales, tales como los de Donoso, Rubio y Vilá (2015) y Jane (2014b). Se han detectado corrientes que justifican la violencia contra las mujeres, incluso materializándola en apología de la violencia en las redes. Justificar las agresiones que se llevan a cabo contra las mujeres, culpabilizando a las propias mujeres de sufrirlas, se constituye como un hecho palpable en la fracción de Twitter analizada.

Se presenta a continuación en la tabla 8 un esquema de las manifestaciones violentas contra las mujeres halladas en Twitter, clasificadas según el constructo hacia el que mas se inclinan.

Tabla 8
Violencias de género en Twitter

| Formas de violencia | Descripción |
|---|---|
| <p>Violencia hostil</p> <p>(Cole, 2015; Bartlett et al., 2014; Donoso, Rubio & Vilà, 2015; Donoso-Vázquez, Rubio, & Vilà, 2017; Hardaker & McGlashan, 2015; Jane, 2015; McNalling, 2015; Purohit et al., 2016)</p> | <p>Alejarse de la normatividad femenina o de los patrones estéticos socialmente establecidos: Insultar o agredir a una mujer por ser provocativa, por tener varias parejas o por alejarse de los patrones socialmente establecidos para las mujeres. Insultar a una mujer por tener un físico poco atractivo. Amenazas de agresión sexual. Transmisión de fantasía sexual amenazante.</p> |
| <p>Violencia benevolente</p> <p>(Donoso, et al., 2014; Estébanez & Vázquez, 2013; Donoso-Vázquez, Rubio & Vilà, 2017; Jane, 2015)</p> | <p>Debilidad y necesidad de protección asociado a la mujer. Mito del Amor romántico.</p> |
| <p>Micromachismos</p> <p>(Estébanez & Vázquez, 2013; Jane, 2014a, 2014b; Manso & Silva, 2016; Marwick, 2013; Purohit et al., 2016; Quart, 2012; Vilà & Rubio, 2015; Worth, Augoustinos & Hastie, 2016)</p> | <p>Comentarios tales como “vete a fregar” o a la “cocina” ante opiniones de mujeres. Humor sexista. Trivialización de la violencia. Transmisión de estereotipos de género. Objetivación de la mujer.</p> |
| <p>Violencia neosexista</p> <p>(Donoso & Prado, 2015; Donoso-Vázquez, Rubio & Vilà, 2017; Edley & Wheterel, 2001; Jane, 2014; Lewis, Rowe & Wipe, 2016)</p> | <p>Denuncias falsas por violencia de género. Insultar o amenazar a una mujer por manifestar opiniones feministas. Feminazis. Negar la existencia de violencia de género o justificarla.</p> |

Capítulo VII. Conclusiones.

Una vez analizados y discutidos los resultados de esta investigación, puede afirmarse que los mensajes emitidos por las/os usuarias/os de la muestra sostienen una violencia histórica ejercida contra las mujeres, adaptando su sexismo a nuevos contextos y tecnologías (Megarry, 2014).

Como primera conclusión de este trabajo, se señala que existen posicionamientos violentos explícitos contra las mujeres en Twitter, especialmente contra aquellas que participan activamente, son visibles y/o se alejan de los patrones estéticos y/o normativos esperados socialmente. Una parte de la realidad imperante en esta red social apunta a la existencia de una problemática naturalizada que en muchas ocasiones conlleva que las mujeres, víctimas recurrentes de la violencia y el acoso online, elijan, o bien dejar de participar en las redes como medida preventiva de dichos ataques, o bien borrar los innumerables mensajes a los que se enfrentan como una acción habitual en su rutina.

Otra de las conclusiones a las que se ha podido llegar con este estudio se relaciona con la existencia de un tipo de violencia simbólica e invisible que pervive en Twitter, sostenida por posicionamientos patriarcales tradicionales escondidos que mantienen un sexismo de tipo benevolente o micromachista y/o que trivializan la violencia. Por ejemplo, el fomento de la creencia sobre la debilidad de las mujeres y su necesidad de protección, así como sobre los mitos asociados al amor romántico, o el uso del humor para naturalizar la violencia explícita contra las mujeres.

Por su parte, y como tercera conclusión de este trabajo, las bromas y chistes de Twitter al respecto de las mujeres, han generado imaginarios virtuales de tipo sexista que quedan sostenidos por nuestra estructura social y que dan forma a una parte de nuestro bagaje cultural (Shifman & Lemish, 2010).

Gran parte de estas bromas refuerzan tópicos o desfiguran identidades, como ocurre de manera clara con el caso de las mujeres feministas, un colectivo violentado sin filtros en Twitter. Todo ello se constituye como algo revelador sobre este entorno de socialización, que genera y que moldea actitudes y opiniones (Ballesteros, 2016) bajo un antifaz humorístico tras el que todo es válido y no existen límites. En este sentido, cabe plantearse dónde se ubican los límites del humor y cómo este tipo de prácticas socialmente aceptadas ejercen influencia sobre el sostenimiento de condiciones desigualitarias entre mujeres y hombres. El humor conforma una de las manifestaciones micromachistas que puede darse en Twitter y los resultados indican que este tipo de comportamientos llevados a cabo contra las mujeres son una muestra más de la cristalización del patriarcado (Worth, Augoustinos & Hastie, 2016).

Como cuarta conclusión de este estudio, cabe señalar que en la red social Twitter existe una corriente antifeminista que violenta a aquellas mujeres que promueven la igualdad o cuestionan las estructuras patriarcales, o que sencillamente opinan o responden ante agresiones sexistas. Este hecho, que traspasa las fronteras de lo virtual y trasciende a entornos offline, ha institucionalizado la figura de las “feminazis” como un tipo de mujer desvirtualizada que engloba a cualquiera que critique o denuncie situaciones de igualdad. De ello se desprende una hipotética tendencia de muchas mujeres feministas a silenciarse como medida preventiva de ataques o a la existencia de un feminismo vergonzante: “no digo que soy feminista para que no me tachen de feminazi y me insulten”.

A modo de conclusión final, cabe plantear la necesidad de transformar los imaginarios colectivos sobre la diferencia y la diversidad entre hombres y mujeres que se da tanto dentro como fuera de Twitter, y deconstruir el orden simbólico imperante que sos-

tiene el discurso normativo hegemónico y que prescribe comportamientos y actitudes sexistas y violentas, deconstruyendo las dicotomías con el fin de desestabilizar todas las identidades y conseguir la igualdad real entre sexos (Butler & Zizek, 2003; Castellanos, 2010). El efecto que pretende generar gran parte de la violencia y/o hostilidad que se da en Twitter es el de reducir la inclusividad de las mujeres en entornos online (Jane, 2015). Por tanto, la violencia hostil que se lleva a cabo contra las mujeres en Twitter se constituye como una muestra de patriarcado cristalizada, reproducida y preservada a través de discursos retóricos explícitos que representan herramientas que la ideología patriarcal utiliza para minimizar las contribuciones intelectuales de las mujeres en público (Cole, 2015; Jane, 2014b; Mantilla, 2015). La hostilidad que se da contra mujeres online en muchos casos consigue silenciarlas. Con ello, se puede estar contribuyendo al sostenimiento de una brecha digital de género que por lo general se ha venido atribuyendo a una menor accesibilidad tecnológica de las mujeres con respecto a los hombres, y no a una expulsión de las primeras por parte de los segundos, que es hacia la dirección que apuntan los resultados de este estudio. Existen datos que corroboran que las mujeres se conectan a internet en menor medida que los hombres, en concreto un 10 % menos (Arenas, 2011). Las razones tradicionalmente atribuidas a este hecho se han relacionado con la *tecnofobia femenina*, que se basa por un lado en que los valores de uso de ciencia y tecnología han sido tradicionalmente atribuidos a los hombres, y por otro a las dificultades de acceso o conciliación entre trabajo, familia y otras tareas generalmente atribuidas a las mujeres, y que pueden provocar en ellas una falta de interés en el uso de las nuevas tecnologías (Vázquez & Castaño, 2011). Sin embargo, los resultados de este estudio apuntan a la existencia de otras posibles causas de exclusión de las mujeres de internet y redes sociales, relacionadas con la expulsión intencionada que se realiza de aquellas que sí utilizan la tecnología, y que deciden dejar de hacerlo o “mantenerse en la

sombra” ante el acoso que reciben en las redes. Nos encontraríamos ante un hallazgo que apunta a la existencia de una forma de exclusión digital o brecha que limita las posibilidades de las mujeres para disfrutar de internet con libertad y autonomía (Albero, Morales & De Marcos, 2014) y que puede desembocar en su *e-exclusión*.

Capítulo VIII. Aportaciones, líneas futuras y limitaciones.

A. Aportaciones al Trabajo Social.

A continuación, se presentan diversas aportaciones y oportunidades que pueden constituir una mejora para la disciplina del Trabajo Social:

Reenfoque del Trabajo Social feminista en su versión más crítica, y orientación hacia la visibilización de las características de la violencia de género en las redes sociales desde una perspectiva centrada en el cuestionamiento de las estructuras patriarcales existentes. El Trabajo Social con mujeres se ha venido centrando casi en exclusiva en la intervención sobre las necesidades sociales ya generadas por un sistema que sostiene la desigualdad de género, y sin embargo no ha ahondado en la visibilización de las causas que subyacen a dichas necesidades. Este trabajo constituye un ejemplo de este requerimiento disciplinario, al haber abordado la problemática de la violencia de género en redes sociales como fenómeno sostenido y naturalizado, y como origen de parte de las problemáticas sociales que presentan las mujeres en la sociedad actual. De esta idea se desprende la necesidad de que la profesión continúe avanzando en este sentido, con el objetivo fundamental de poder actuar directamente sobre el origen de las problemáticas sociales y estructurales, y no sólo sobre las consecuencias personales o colectivas que genera.

Establecimiento de una nueva clasificación actualizada sobre el fenómeno de la violencia de género en Twitter, que puede servir como referente para la identificación, denuncia y posterior intervención sobre los actos dañinos que se llevan a cabo contra las mujeres en esta red social, e incluso que podría extenderse a otras. Hasta la fecha se han publicado diversos trabajos internacionales y nacionales, apun-

tados en el apartado de antecedentes de la cuestión, que han tratado de abordar la misoginia en entornos online en general y en Twitter en particular, pero sin embargo no han ofrecido una clasificación completa que incluya *violencias de tipo simbólico* o que ahonde en las características de las violencias de tipo explícito, entre otras. Este trabajo supone la oportunidad de contar con una clasificación de las violencias de género, ya sean explícitas o simbólicas, que se dan en la red social Twitter, y de ella podría derivarse la creación de una guía útil que promueva la sensibilización comunitaria sobre los tipos de violencia que se dan en las redes sociales y que facilite a la población la identificación y denuncia de situaciones injustas para las mujeres en este tipo de entornos.

Reafirmación de los entornos online como nuevos contextos investigadores del Trabajo Social. Twitter ha sido utilizado para innumerables trabajos de investigación que han demostrado su validez y fiabilidad para la obtención de resultados científicos, aunque no desde la perspectiva del Trabajo Social (Banet-Weiser & Miltner, 2016; Hardaker & McGlashan, 2015; Morales i Gras, 2015; Nabel, 2015; Ventura, 2016). Incluso han dado lugar a otros que proponen metodologías cualitativas específicas de análisis para esta red social (Gutiérrez-Sanz, 2015; McGlashan & Hardaker, 2015), y que de hecho se han desarrollado en esta investigación (*Método CoCoA*). El método utilizado para desarrollar este estudio constituye una novedad para la disciplina, no existiendo referentes previos de uso dentro de la investigación en esta profesión. Esto supone la posibilidad de poder recurrir a metodologías y técnicas innovadoras que sitúen la investigación social como un referente contemporáneo adaptado a las nuevas realidades virtuales imperantes. De ello se desprende la oportunidad que supone para el Trabajo Social articular estrategias investigadoras partiendo de Twitter como contexto innovador y rico. La potencialidad de las redes para represen-

tar discursos sociales en un entorno natural, hace que se sitúen como un contexto inigualable en el que obtener, cuantiosa y valiosa información contra la desigualdad de género y otro tipo de desigualdades. La investigación en redes sociales desde la óptica del Trabajo Social se sitúa como una opción innovadora que sin duda acabará por formar parte de la metodología de investigación de las y los trabajadores sociales (Arias & Segado, 2013; Finn & Lavitt, 1994), incluyendo un nuevo contexto investigador que enriquecerá las metodologías y técnicas cualitativas.

Planteamiento de alternativas de intervención y promoción contextualizadas en las redes sociales, como opción contemporánea ideal de acceso a colectivos tales como el de nativ@s e inmigrantes digitales, así como una oportunidad para incorporar efectivamente al Trabajo Social el uso de las redes sociales como ámbito de intervención comunitaria. Este nuevo contexto permite igualmente configurar una metodología de intervención con individuos, grupos y comunidades en desarrollo (Arias & Segado, 2013; McNutt, 2006; Waldman & Rafferty, 2006) que resultará fundamental para intervenir a través del empoderamiento de determinados sectores de la población.

Fomento de la sensibilización y la participación en entornos online en materia de género al constituirse como interesantes nichos de posibilidades para el empoderamiento comunitario. La identificación y denuncia online de situaciones injustas para las mujeres y la creación de redes de apoyo y rechazo hacia las mismas en los entornos virtuales, pueden suponer un yacimiento para las y los profesionales del Trabajo Social, no solo a nivel de objeto de intervención, sino también como aliciente para una futura expansión de la empleabilidad. Tal y como se ha podido conocer a lo largo de este trabajo, las redes sociales, y en concreto Twitter, como red moviliza-

dora democrática de masas, también ha mostrado diversos ejemplos de su capacidad de convocatoria para la participación ciudadana, como el de Islandia y la wikiconstitución (Castells, 2012), la primavera árabe (De León & Jones, 2011), los indignados españoles (Castells; 2012) y la primavera mexicana #Yosoy312 (Nabel, 2015). Todos ellos confirman la idea de que la democracia virtual puede generarse a partir de nuevas relaciones generalmente horizontales. Esto supone un referente alentador para la lucha por la igualdad de género, en el sentido de que la promoción de la movilización organizada en entornos virtuales puede suponer un antes y un después en la trayectoria histórica feminista. De hecho, ya existen iniciativas colectivas en Twitter que promueven la sensibilización y la transformación al respecto de la desigualdad de género, así como convocatorias a eventos y protestas, y que suponen por tanto una tendencia incipiente de la que el Trabajo Social debe ser, sin duda, partícipe y facilitador.

Apoyo al proyecto feminista histórico cuyo objetivo final promueve la consecución de la *igualdad entre mujeres y hombres*, y que parte de la *Feminist Standpoint theory* (Harding, 2004) como referente directo: investigar desde la perspectiva de una mujer para conocer e intervenir sobre los problemas de las mujeres.

B. Líneas futuras de investigación.

Se considera de especial relevancia dar continuidad a la investigación de las violencias que se dan contra las mujeres en los entornos online. Proseguir en la denuncia de las manifestaciones sexistas y violentas que se dan en este tipo de entornos, se considera fundamental de cara a la sensibilización de la sociedad sobre la problemática. La normalización de las conductas agresivas contra las mujeres, ciega

en ocasiones a las personas que las presencian, hasta el punto de restar importancia a la gravedad que supone el acoso constante al que son sometidas muchas mujeres en redes sociales e internet. Ésto se traduce en la necesidad de implementar cambios en políticas, leyes y actitudes culturales que se impliquen en la lucha contra la violencia online contra las mujeres (Megarry, 2014). Continuar investigando y visibilizando los tipos de violencias de género que se suceden y transmiten en este tipo de entornos, se constituye como una línea insalvable para investigaciones futuras y como un requisito necesario para la concienciación de la sociedad en su conjunto.

También se plantea la necesidad de continuar en la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres, indagando e investigando todas aquellas manifestaciones que perpetúan la existencia de injusticias por razón de género, y que sostienen la posición social de las mujeres en un lugar de inferioridad. Visibilizar este tipo de conductas, así como cuestionar las estructuras patriarcales que las sostienen, debe establecerse como línea prioritaria de acción para las y los investigadoras/es del futuro más inmediato. Además, se considera especialmente necesario proceder a la revisión conceptual de la violencia de género en España, pues el limitado acotamiento que ofrece la Ley de protección de víctimas de violencia de género permite que diversas formas de violencia que sufrimos las mujeres en la vida cotidiana no estén penalizadas, ni tan siquiera reconocidas, y sí trivializadas (Citron, 2014). Por tanto, una revisión en este sentido, que incluya la penalización de las violencias de género online, se considera fundamental. Las inadecuadas respuestas que se dan a la violencia de género online por parte de la ley, los agentes políticos o las corporaciones, son un hecho evidente (Dewey, 2014; Sandoval, 2013), por lo que la revisión que se plantea

en este sentido debe necesariamente ir acompañada de un marco legislativo que lo proteja.

Asimismo, y continuando con la necesidad de alcanzar la igualdad real entre mujeres y hombres, cabe plantear el reto que supone la educación en igualdad desde edades tempranas. Un reto que va de la mano del uso de las nuevas tecnologías como contexto idóneo para la sensibilización y concienciación de la población más joven, que utiliza diariamente este tipo de entornos tanto para informarse como para socializarse. En el ámbito educativo el feminismo tiene la responsabilidad de educar en los valores del respeto e igualdad y en el reconocimiento de los derechos humanos para todas las personas independientemente de su sexo (Varela, 2005). Romper los estereotipos y mitos que acompañan al concepto de feminismo supone saber que éste es el motor que cambia las relaciones entre mujeres y hombres (Varela, 2005). El conocimiento acertado y la educación rica en contenido igualitario con el feminismo como base, conllevaría una actitud positiva hacia él en mayor medida, con la consiguiente disminución de reacciones adversas ante cada logro, lo cual facilitaría la lucha contra el sexismo, base de la violencia machista (García, Cala & Trigo, 2016).

Es igualmente relevante profundizar en las causas de la brecha digital de género, generalmente atribuida a aquellas relacionadas con una menor accesibilidad de las mujeres con respecto a los hombres. Los resultados de esta investigación demuestran que las mujeres son atacadas, acosadas y violentadas en entornos online, provocando que muchas de ellas finalmente sean silenciadas y dejen de participar en entornos online como medida preventiva. Por tanto, la brecha digital de género puede responder al hecho de que las mujeres que sí utilizan internet y redes sociales, son

expulsadas del entorno digital a través de la violencia y el acoso, y por tanto se valora muy necesario profundizar en la investigación en esta línea.

Se debe apostar por un cambio de actitud sobre el uso de internet y redes sociales en la investigación de esta disciplina. Aprovechar los nichos naturales de interacción e información que nos ofrece el entorno digital, resulta primordial para la progresiva adaptación del Trabajo Social al uso de las nuevas tecnologías.

Como propuesta de intervención futura, se plantea el uso de las redes sociales como medio idóneo para el fomento de la participación, del empoderamiento y de la colaboración tanto de entidades sociales como de la ciudadanía, en la lucha por la igualdad de género. El feminismo online ha supuesto el resurgimiento de las comunidades feministas, de los debates y la teorización (Lewis, Rowe & Wiper, 2016), lo cual está suscitando el interés académico en este sentido (Dean & Aune, 2015; Lewis & Marine, 2015), además de generar nuevas opciones de reivindicación de la igualdad entre mujeres y hombres.

C. Limitaciones.

La mayor parte de las investigaciones científicas pueden contar con una serie de limitaciones que deben tenerse en cuenta para solventarlas en la medida de lo posible. En el caso del presente trabajo, se pueden enumerar las siguientes:

Contexto particular para el análisis del discurso: la escuela cualitativista, se posiciona de manera cautelosa todavía a la hora de aplicar metodología cualitativa

tradicional en el estudio y análisis de la realidad virtual. En concreto, algunos autores (Alonso, 1999) rechazan la posibilidad de poder realizar un análisis del discurso completo en redes sociales como Twitter. Según su posicionamiento, esta red no cuenta con un contexto claro sobre el que realizar un análisis del discurso, consecuencia directa de las dificultades para poder confirmar la identidad de cada emisor/a y el posicionamiento ideológico desde el que emite los mensajes. Sin embargo, otras/os autoras/es (McGlashan & Hardaker, 2015), han demostrado la posibilidad de poder utilizar técnicas tradicionales como la del análisis del discurso también aplicadas a Twitter, simplemente teniendo muy presentes las características particulares de las redes sociales y utilizando elementos tales como la influencia de cada usuaria/o, independiente de su identidad, para poder analizar los discursos digitales que se distribuyen de manera viral por la red, y que por tanto generan influencia en millones de usuarias/os. Es por todo ello por lo que para este estudio se ha preferido hablar cautelarmente y en todo momento de posicionamientos discursivos o discursos digitales.

Las inherentes a la propia red social: Existen determinadas barreras en Twitter que no permiten aprovechar todo su potencial, tales como la cantidad masiva de información, la mezcla de relevancia e irrelevancia en los mensajes o la existencia de fuentes no contrastadas (Congosto, 2014). Asimismo, la corta esperanza de vida de Twitter puede ser considerada una limitación: el hecho de tomar como contexto de investigación una red comercial, propiedad de un grupo de personas, cuya previsión de futuro es incierta, puede constituirse como una limitación para esta investigación. No se puede saber si dentro de veinte años Twitter continuará existiendo o si su influencia o nivel de uso por parte de las/os usuarias/os seguirá siendo el mismo.

Se analiza solo lo violento y no el resto de posicionamientos con los que se convive. Los resultados de esta investigación corresponden únicamente a la realidad de una fracción de Twitter, y es un hecho que impide poder generalizar los resultados. Dada la inviabilidad para acotar esta red, consecuencia directa de los millones de tuits que se emiten cada segundo, cada minuto y cada hora, se tomó la determinación de centrar el estudio exclusivamente en los mensajes violentos que se hallaran. De hecho, el objetivo de este estudio se ha centrado en detectar, analizar y clasificar los tipos de violencia existente, y no el resto de discursos con los que convive la violencia, por lo que centrarse en esta parte de la realidad queda justificada. Bien es cierto que esta decisión puede conllevar una *dificultad para dimensionar el fenómeno*, pero la metodología cualitativa que se ha planteado para este trabajo no prioriza la cuantificación de los fenómenos, y sí poder analizar con detenimiento los posicionamientos discursivos violentos existentes de cara a poder establecer una clasificación de este fenómeno.

Referencias

- Akcora, C. G., & Demirbas, M. (2010). *Twitter: Roots, influence, applications* (Technical report). Department of computing science and engineering, State University of New York at Buffalo, NY. Recuperado de <http://www.cse.buffalo.edu/tech-reports/2010-03.pdf>
- Albaladejo, T. (2011). Accesibilidad y recepción en el discurso digital. La galaxia de discursos desde el análisis interdiscursivo. En F. Vilches (coord.), *Un nuevo léxico en la red*, (pp. 15-31). Madrid: Dykinson – Fundación Vodafone.
- Albero, C. T., Morales, J. M. R., & De Marcos, S. (2014). *El ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género en la juventud: un riesgo en la sociedad de la información y del conocimiento*. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Centro de Publicaciones.
- Alcázar-Campos, A. (2014). Miradas feministas y/o de género al Trabajo Social, un análisis crítico. *Portularia Vol. XIV* N°1, 27-34. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10272/7576>
- Allport, G.W. (1954). *The Nature of Prejudice*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Alonso, L. E. (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.
- Álvarez, J. (2010). Inmigración e imágenes mediáticas: análisis cualitativo de la auto-percepción de los inmigrantes; Immigration and Media Images: Qualitative Analysis of Immigrants Self-perception. *Mediaciones Sociales*, (6), 93-119.
- Álvarez, M. A., & Botero, L. H. (2015). De ciudadanos a prosumidores, nuevas representaciones y consumo. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 13(26), 11-15. Recuperado de

- http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S164659542015000100008&script=sci_arttext&tlng=pt
- Amorós, C., & De Miguel, A. (2005). *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. De los debates sobre el género al multiculturalismo*. Madrid: Minerva.
- Arceneaux, N., & Schmitz Weiss, A. (2010). Seems stupid until you try it: Press coverage of Twitter, 2006-9. *New Media & Society*, 12 (8), 1262-1279. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444809360773>
- Arenas Ramiro, M. (2011). Brecha digital de género: la mujer y las nuevas tecnologías. *Anuario de la Facultad de Derecho* (Universidad de Alcalá), no. 4, 97-125. Recuperado de http://dspace.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/9843/brecha_arenas_AFDUA_2011.pdf?sequence=1 http://dspace.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/9843/brecha_arenas_AFDUA_2011.pdf?sequence=1
- Arias, A., & Segado, S. (2013). El ámbito online en la metodología con grupos. En S. Segado, M. Del Fresno, & A. López. (Eds), *Modelos de Trabajo Social con Grupos*. (pp.107-128). Madrid: Universitas.
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas profesión*, 5(17), 23-29. Recuperado de http://ebevidencia.com/wpcontent/uploads/2014/07/validacion_cuestionarios.pdf
- Baker, P. (2006). *Using Corpora in Discourse Analysis*, London: Continuum.
- (2014). *Using corpora to analyze gender*. London: Bloomsbury.
- Ballesteros, E. (2016). Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, (35), 21-46. <http://dx.doi.org/10.5944/empiria.35.2016.17167>

- Banet-Weiser, S., & Miltner, K. M. (2016). # MasculinitySoFragile: culture, structure, and networked misogyny. *Feminist Media Studies*, 16 (1), 171-174.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.070>
- Bañez, T. (2011). Género y Trabajo Social. *Acciones e investigaciones sociales*, 6, 151-188. Recuperado de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=170226>
- Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Barreto, M., & Ellemers, N. (2005). The burden of benevolent sexism: How it contributes to the maintenance of gender inequalities. *European journal of social psychology*, 35 (5), 633-642. <http://dx.doi.org/10.1002/ejsp.270>
- Bartlett, J., Norrie, R., Patel, S., Rumpel, R., & Wibberley, S. (2014) *Misogyny on Twitter*. London: Demos. Recuperado de
https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf
- Battersby, L. (2013, July 29). Twitter Criticised for failing to respond to Caroline Criado-Perez Rape Threats. *Sydney Morning Herald*. Recuperado de
<http://www.smh.com.au/digital-life/>
- Bauman, Z. (2006). *Vida líquida*. Barcelona: Paidós.
- Beauvoir, S. D. (1981). *El segundo sexo* (1949). Buenos Aires: Siglo XX.
- Berceo, M.D.C.S. (2013). Mary Wollstonecraft: referente feminista. *Revista electrónica del Departamento de Derecho de la Universidad de La Rioja, REDUR*, 11, 127-138. Recuperado de
<http://www.unirioja.es/dptos/dd/redur/numero11/saenz.pdf>
- Bertomeu, A. (2010). Liderazgo femenino en las redes 2.0. Ponencia presentada en Jornada *Mujeres que, para la igualdad, se enredan diferente*. 23 de Marzo de 2010. Bilbao, España. Recuperado de

<https://es.slideshare.net/STPESI/ponencia-gusi-bertomeu-texto-3552416>

- Berzosa, M.I. (2016). *Periodismo abierto y "microblogging": el papel de twitter en la reelección de Obama en 2012*. [Tesis] Recuperada de <http://eprints.ucm.es/38048/>
- Bonino, L. (1995). Desvelando los micromachismos en la vida conyugal. En J. Corsi (Ed), *Violencia masculina en la pareja. Una aproximación al diagnóstico y a los modelos de intervención* (pp. 191-208). Buenos Aires: Paidós.
- Bosch, E., Ferrer, V., & Almazora, A. (2006). *El laberinto patriarcal: reflexiones teórico-prácticas sobre la violencia contra las mujeres*. Barcelona: Anthropos.
- Bosch, E., & Ferrer, V. (2012). Nuevo mapa de los mitos sobre la violencia de género en el siglo XXI. *Psicothema*, 24 (4), 548-554. Recuperado de <http://www.uniovi.es/reunido/index.php/PST/article/view/9702/9446>
- Bourdieu, P. (1990). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- (2000). *La dominación masculina. España: Editorial Popular*.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3 (2), 77-101. Recuperado de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brown, J. (2005). Movimiento de mujeres/feminismo/s: tensiones y desafíos en la Argentina de los noventa. *Confluencia*, 2 (5), 73-93.
- Recuperado de <https://www.mysciencework.com/publication/show/621455317b0a66890918fe1bbae9e4f>
- Bruns, A., Burgess, J., & Mahrt, M. (2013). Twitter and society: An introduction. In K. Weller & C. Puschmann. (Eds). *Twitter and society*. (pp.xxix-xxxviii). New York: Peter Lang.

- Butler, J., Laclau, E., & Zizek, S. (2003). Resignificación de lo universal: hegemonía y límites del formalismo. En J. Butler, E. Laclau & S. Zizek (Eds.). *Contingencia, hegemonía, universalidad* (pp.34). Buenos Aires: FCE.
- Caballé, A. (2013). *El feminismo en España: la lenta conquista de un derecho*. Madrid: Cátedra.
- Cameron, C. (1977). Sex-role attitudes. En S. Oskamp (Ed.), *Attitudes and opinions* (pp. 339-359). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Cantamutto, L., & Vela, C. (2016). Repositorio colaborativo de comunicaciones digitales: aproximación a un corpus para el español. *Actas de las primeras Jornadas Nacionales de Humanidades Digitales: culturas, tecnologías, saberes*.
- Canterla, C. (2002). Mujer y derechos humanos: universalismo y violencia simbólica de género. En D. Ramos y T. Vera. (Coords), *Discursos, realidades, utopías: la construcción del sujeto femenino en los SXIS-XX*. (pp. 17-28). Barcelona: Anthropos.
- Castellanos, G. (2010). Determinación y libertad en la construcción de las subjetividades subordinadas y colectividades politizadas. En D.I. Grueso & G. Castellanos, G. (Eds.). *Identidades colectivas y reconocimiento: Razas, etnias, géneros y sexualidades* (p.12). Universidad del Valle: Programa Editorial.
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet*. Barcelona: Areté.
- (2009). Poder y comunicación. *Economía, sociedad y cultura. La era de la información, I*. Madrid: Alianza.
- (2011). Prefacio autocomunicación de masas y movimientos sociales en la era de internet. *Anuari del conflicte social*, 11-19. Recuperado de <http://revistes.ub.edu/index.php/ACS/article/viewFile/6235/7980>

- (2012): *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza
- Cha, M., Haddadi, H., Benevenuto, F., & Gummadi, P. K. (2010). Measuring User Influence in Twitter: The Million Follower Fallacy. *ICWSM*, 10 (10-17), 30. Recuperado de <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/viewFile/1538/1826>, 2011
- Charter, M. (2015). Feminist self-identification among social work students. *Journal of Social Work Education*, 51 (1), 72-89. <http://dx.doi.org/10.1080/10437797.2015.977162>
- Charaudeau, P. (2012). El discurso de la propaganda. Un intento de tipologización. En M. Shiro, P. Charaudeau & L. Granato. (Eds). *Los géneros discursivos desde múltiples perspectivas: teorías y análisis* (pp.125-138). Madrid: Iberoamericana / Vervuert.
- Christakis, N. (2010). *Connected: The amazing power of social networks and how they shape our lives*. UK: HarperCollins.
- Christakis, N., & Fowler (2010). Social network sensors for early detection of contagious outbreaks. *PloS one*, 5(9), e12948. <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0012948>
- Chu, P.S. (2001). *The relationships between social support and three forms of sexism: can social support alleviate the effects of sexism?* Doctoral dissertation, Kansas State University. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2097/8775>
- Citron, D. K., & Norton, H. L. (2011). Intermediaries and Hate Speech: Fostering Digital Citizenship for Our Information Age, *Boston University Law Review*. 91, 1435-2011.

Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1764004

- Citron, D. K. (2014). *Hate Crimes in Cyberspace*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Clark, R. (2014). # NotBuyingIt: Hashtag Feminists Expand the Commercial Media Conversation. *Feminist Media Studies*, 14 (6), 1108-1110.
<http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2014.975473>
- Cohen, J. (1960) A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement* 20, 37-46
- Cole, K. K. (2015). 'It's Like She's Eager to be Verbally Abused': Twitter, Trolls, and (En) Gendering Disciplinary Rhetoric. *Feminist media studies* 15 (2), 356-358.
<http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2015.1008750>
- Coles, B. A., & West, M. (2016). Trolling the trolls: Online Forum Users Constructions of the Nature and Properties of Trolling. *Computers in Human Behaviour*, 60, 233 – 244. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.070>
- Coller, X. (2000). *Estudios de caso*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Conde, F. (2010). *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Cuadernos metodológicos nº 43. Madrid: CIS.
- Congosto, M. (2014). *Viralidad de los mensajes en Twitter en las Campañas Electorales*. III Congreso Internacional en Comunicación Política y Estrategias de Campaña, 24-27 de septiembre de 2014, Santiago de Compostela. Santiago de Compostela: Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales.

- Congosto, M. (2015). Elecciones Europeas 2014: Viralidad de los mensajes en Twitter. *Redes: revista hispana para el análisis de redes sociales*, 26 (1), 23-52. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/redes.529>
- Congosto, M., Basanta-Val, P., & Sanchez-Fernandez, L. (2017). T-Hoarder: A Framework to Process Twitter Data Streams. *Journal of Network and Computer Applications V. 83 P. 28-39*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jnca.2017.01.029>
- Conover, M., Ratkiewicz, J., Francisco, M. R., Gonçalves, B., Menczer, F., & Flammini, A. (2011). Political Polarization on Twitter. *ICWSM*, 133, 89-96. Recuperado de <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/viewFile/2847/3275.pdf>
- Corsi, J. (1995). *Una mirada abarcativa sobre el problema de la violencia familiar*. Madrid: Paidós.
- Corsi, J., & Peyrú, G. M. (2003). *Violencias sociales*. Barcelona: Ariel.
- Colmenares, M. G. (2000). Identidad e identidades de género: de la exclusión a la complejidad. *Tabanque: Revista Pedagógica*, (15), 39-58. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=127608>
- Connell, R. (1995). *Masculinities. Power and social change*. Berkeley: University of California Press.
- Correa, A. B. (2009). El devenir del Trabajo Social en clave de género. *Zerbitzuan: Gizarte zerbitzuetarako aldizkaria= Revista de servicios sociales*, (46), 133-140. Recuperado de <http://www.zerbitzuan.net/documentos/zerbitzuan/El%20devenir%20del%20trabajo%20social.pdf>

- Czumaj, A., Heide, F. M., Jansen, K., & Schiermeyer, I. (2006). Algorithmic Graph Theory. *Oberwolfach Reports*, 3(1), 379-460.
- Dai, H., & Xu, X. (2014). Sexism in News: A Comparative Study on the Portray of Female and Male Politicians in The New York Times. *Open Journal of Modern Linguistics*, 4 709-719. <http://dx.doi.org/10.4236/ojml.2014.45061>
- Davis, L. V., & Srinivasan, M. (1994). Feminist research within a battered women's shelter. En Sherman, E. A. & Reid, W. J. (1994). *Qualitative research in social work*. (pp. 42-52). New York: Columbia University Press.
- De Gouges, O. (1791). *Declaración de los derechos de la mujer y la ciudadana*. Recuperado de <http://clio.rediris.es/n31/derechosmujer.pdf>
- De La Barre, F. P. (1993). *Sobre la igualtat dels dos sexes* (Vol. 1). Universitat de València.
- De Leon, J. C., & Jones, C. R. (2012). *Tunisia and Egypt: unrest and revolution*. NY: Global Politic Studies.
- Dean, J., & Aune, K. (2015), 'Feminism Resurgent? Mapping Contemporary Feminist Activisms in Europe', *Social Movement Studies*, 14, 375–95. <http://dx.doi.org/10.1080/14742837.2015.1077112>
- Del Fresno, M. (2011). *Netnografía: investigación, análisis e intervención social online*. Barcelona: Editorial UOC.
- Dejours, C. (2005). L'indifférence des sexes: fiction ou défi? En J. André & C. Dejours, *Les sexes indifférent* (pp.39-65). Paris: Presses Universitaires de France. <http://dx.doi.org/10.3917/puf.andre.2005.01.0039>
- Deltell, L. (2014). Audiencia social versus audiencia creativa: caso de estudio Twitter/Social Audience versus Creative Audience: Case Study Twitter. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 20(1), 33-48.

- Dewey, C. (2014, December 17). Rape Threats, Then No Response: What It Was like to Be a Woman on Twitter in 2014. *Washington Post*, <http://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/12/17/rape-threats-then-no-response-what-it-was-like-to-be-a-woman-on-twitter-in-2014/>
- Díaz-Aguado, M.J., & Martínez-Arias, R. (2001). *La construcción de la igualdad y la prevención de la violencia contra la mujer desde la educación secundaria*. Serie estudios nº73, Madrid: Instituto de la Mujer.
- Dillon, K. P., & Bushman, B. J. (2015). Unresponsive or un-noticed? Cyberbystander intervention in an experimental cyberbullying context. *Computers in Human Behavior*, 45, 144–150. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.009>
- Dominelli, L. (2002). *Feminist social work theory and practice*. NY: Palgrave Macmillan.
- Dominelli, L., & McLeod, E. (1999). *Trabajo social feminista* (Vol. 53). Madrid: Ediciones Cátedra.
- Donath, J. (1999). Identity and Deception in the Virtual Community. In M. A. Smith & P. Kollock (Eds), *Communities in Cyberspace* (pp. 29–59). London: Routledge.
- Donoso-Vázquez, T. (Coord.) (2014). *Violencias de género 2.0*. Barcelona: kit-book.
- Donoso, T., Rubio, M., Vilà, R., & Velasco, A. (2015). La violencia de género 2.0: La percepción de jóvenes en Sant Boi de Llobregat. En AIDIPE (Ed.), *Investigar con y para la sociedad, vol.1*, (pp. 255-265). Cádiz: Bubok. Recuperado de <http://aidipe2015.aidipe.org>
- Donoso-Vázquez, T., Rubio, M.J. & Vilà, R. (2017). Las ciberagresiones en función del género. *Revista de Investigación Educativa*, 35(1), 197-214. <http://dx.doi.org/10.6018/rie.35.1.249771>

- D'Ovidio, R., & Doyle, J. (2003). Study on cyberstalking: Understanding investigative hurdles. *FBI Law Enforcement Bulletin*, 72(3), 10-17. Recuperado de <https://www.ncjrs.gov/App/abstractdb/AbstractDBDetails.aspx?id=199743>
- Drisko, J., & Maschi, T. (2015). *Content analysis*. Oxford: University Press.
- Duggan, M. (2014, October 22). Online Harassment. Pew Research Internet Project. Recuperado de <http://www.pewinternet.org/2014/10/22/online-harassment/>
- Duque Acosta, C. A. (2011). Judith Butler: performatividad de género y política democrática radical. *Revista de educación y pensamiento*, N°. 17, 85-95.
- Dutton, W. (2013). Internet studies: The foundations of a transformative field. In W. H. Dutton (Ed). *The oxford handbook of internet studies* (pp. 1–26). Oxford: Oxford University Press.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research, *Academy of Management Review*, 14 (4), 532-550. <http://doi.dx.org/10.5465/AMR.1989.4308385>
- Escobar-Pérez, J., y Cuervo-Martínez, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6(1), 27-36. Recuperado http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf
- Escolar, L. (2014). Audiencia social versus audiencia creativa: caso de estudio Twitter. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 20 (1), 33-47. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45217
- Estébanez, I., & Vázquez, N. (2013). *La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales*. Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia= Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. Recuperado de

- http://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/liburua_sexismoa_gazteak_7/es_def/adjuntos/sexismo_gizarte_sareetan_c.pdf
- Espinar, E., & González, M.J. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismo/s*, 14, 87-106. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/13302/1/Feminismos_14_06.pdf
- Esteban, M. P. S. (2000). Criterios de validez en la investigación cualitativa: de la objetividad a la solidaridad. *Revista de investigación educativa*, 18(1), 223-242. <http://revistas.um.es/rie/article/view/121561>
- Expósito, F. (2011). Violencia de género. *Mente y cerebro*, 48, 20-25. Recuperado de <http://www.investigacionyciencia.es/files/7283.pdf>
- Expósito, F., & Moya, M. (2005). Violencia de género. En F. Expósito y M. Moya (Eds). *Aplicando la psicología social* (pp. 201-227). Madrid: Pirámide.
- Featherstone, B. (2001). Where to for feminist social work? *Critical social Work*, vol. 2, nº 1. Recuperado de <http://www1.uwindsor.ca/criticalsocialwork/where-to-for-feminist-social-work>
- Ferguson, I. (2009). 'Another Social Work is Possible!' Reclaiming the Radical Tradition. In V. Leskosek (Ed), *Theories and Methods of Social Work: Exploring different perspectives*, (pp. 81-99). Ljubljana: Faculty of Social Work University of Ljubljana. Recuperado de http://www.historyofsocialwork.org/1975_radical_social_work/2009,%20Ferguson,%20radical%20social%20work.pdf

- Fernández de Castro, P. (2014). Las políticas públicas de igualdad de género dirigidas al empoderamiento político de las mujeres. *Universitas*, 16, 79-104. Recuperado de <http://universitas.idhbc.es/n16/16-05.pdf>
- Fernández-Montaña, P. (2015). Trabajo Social Feminista: Una revisión teórica para la redefinición práctica. *Trabajo Social Global-Global Social Work*, 5(9), 24-39.
- Fitz, C. C., Zucker, A. N., & Bay-Cheng, L. Y. (2012). Not all nonlabelers are created equal distinguishing between quasi-feminists and neoliberals. *Psychology of Women Quarterly*, 36 (3), 274-285. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0361684312451098>
- Forbes, G., Jobe, R., White, K. Bloesch, E., & Adams-Curtis, L. (2005). Perceptions of dating violence following a sexual or nonsexual betrayal of trust: effects of gender, sexism, acceptance of rape myths and vengeance motivation. *Sex Roles*, 52 (3-4), 165-173. <http://dx.doi.org/10.1007/s11199-005-1292-6>
- Foucault, M. (2002). *The Archaeology of Knowledge*. London: Routledge.
- Fox, J., & Tang, W. Y. (2014). Sexism in online video games: The role of conformity to masculine norms and social dominance orientation. *Computers in Human Behavior*, 33, 314–320. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.014>
- Fox, J., Cruz, C., & Lee, J. (2015). Perpetuating online sexism offline: Anonymity, interactivity, and the effects of sexist hashtags on social media. *Computers in Human Behavior*, 52, 436-442. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.024>
- Fulper, R., Ciampaglia, G. L., Ferrara, E., Ahn, Y., Flammini, A., Menczer, F., & Rowe, K. (2014). Misogynistic language on Twitter and sexual violence. In *Proceedings of the ACM Web Science Workshop on Computational Approaches to Social Modeling (ChASM)*. <http://dx.doi.org/10.6084/m9.figshare.10.6084/m9.figshare.1291081>

- Gálvez, J. Á. (2012). Análisis cuantitativo de textos: del análisis de contenido al tratamiento del texto como datos. En M. Arroyo e I. Sádaba. *Metodología de la investigación social: técnicas innovadoras y sus aplicaciones* (pp. 131-152). Madrid: Síntesis.
- Garaigordobil, M., & Aliri, J. (2012). Parental socialization styles, parents' educational level, and sexist attitudes in adolescence. *The Spanish journal of psychology*, 15(02), 592-603. https://doi.org/10.5209/rev_SJOP.2012.v15.n2.38870
- García, R. R. (2014). Twitter y la teoría de la Agenda-Setting: mensajes de la opinión pública digital. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 20(1), 249-264. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45230
- García, M., Cala, M. J., & Trigo, M. E. (2016). Conocimiento y actitudes hacia el feminismo. *FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 1(1/2), 95-112. <http://dx.doi.org/10.20318/femeris.2016.3229>
- García-Leiva, P., Palacios, M.S., Torrico, E., & Navarro, Y. (2009). El sexismo ambivalente, ¿un predictor de maltrato? *Asociación Latinoamericana de Psicología jurídica y forense*. Recuperado de <http://psicologiajuridica.org/psj210.html>
- Gebera, O. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. *Educación*, (42), 081-93. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/pub/educar/0211819Xn42/0211819Xn42p81.pdf>
- Giebeler, C. (2006). "Engendering social work": conceptos teóricos y metodológicos feministas en su relación con el trabajo social. *Acciones e investigaciones sociales*, (1), 123.
- Gladwell, M. (2002). *The tipping point: how little things can make a big difference*. Brown: Little.

- Glasser, B. & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Adine Publishing Company.
- Glick, P., & Fiske, S. (1996). The ambivalent sexism inventory: differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 12, 1323-1334. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.70.3.491>
- Glick, P., & Fiske, S. (1997). Hostile and benevolent sexism: measuring ambivalent sexist attitudes toward women. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 119-135. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00104.x>
- Glick, P., & Fiske, S. T. (2001). An ambivalent alliance: Hostile and benevolent sexism as complementary justifications for gender inequality. *American Psychologist*, 56(2), 109, <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.56.2.109>
- Glick, P., & Fiske, S. T. (2011). Ambivalent sexism revisited. *Psychology of women quarterly*, 35(3), 530-535. <http://dx.doi.org/10.1177/0361684311414832>
- Glick, P., Lameiras, M., & Castro, Y. R. (2002). Education and Catholic religiosity as predictors of hostile and benevolent sexism toward women and men. *Sex Roles*, 47(9-10), 433-441. <http://dx.doi.org/10.1023/A:1021696209949>
- Glick, P., Diebold, J., Bailey-Werner, B., & Zhu, L. (1997). The two faces of Adam: Ambivalent sexism and polarized attitudes toward women. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(12), 1323-1334. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/01461672972312009>
- Gonçalves, B., Perra, N., & Vespignani, A. (2011). Modeling Users' Activity on Twitter Networks: Validation of Dunbar's Number. *PLOS ONE* 6(8): e22656. <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0022656>

- Gutiérrez, J. (2009). Introducción a la lógica del análisis del discurso. En J. Callejo (Coord). *Introducción a las técnicas de investigación* (pp. 245-260). Madrid: Editorial universitaria Ramón Areces.
- Gutiérrez-Sanz, V. (2015). Retórica de los discursos digitales. Una propuesta metodológica para el análisis de los discursos en Twitter. *Aposta, revista de Ciencias Sociales*, 69, 67-103. Recuperado de <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/vgutsan.pdf>
- Haj-Yahia, M.M., & Uysal, A. (2008). Beliefs about wife beating among medical students from Turkey. *Journal of family Violence*, 23, 119-123. <http://dx.doi.org/10.1007/s10896-007-9134-7>
- Hancock, G. R., & Mueller, R. O. (2010). *The reviewer's guide to quantitative methods in the social sciences*. New York: Routledge.
- Halpern, D., & Gibbs, J. (2013). Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression. *Computers in Human Behavior*, 29, 1159–1168. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.008>
- Haraway, D. (1995). *Ciencia ciborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.
- Hardaker, C., & McGlashan, M. (2016). “Real men don’t hate women”: Twitter rape threats and group identity. *Journal of Pragmatics*, 91, 80-93. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pragma.2015.11.005>
- Harding, S. G. (2004). *The feminist standpoint theory reader: Intellectual and political controversies*. Oxford: Psychology Press.
- Healy, K. (2001). Reinventing critical social work: Challenges from practice, context and postmodernism. *Critical Social Work*, 2 (1), 1-13.

- Herring, S. C. (1996). Gender differences in CMC: Bringing familiar baggage to the new frontier. In V. Vitanza (Ed.), *CyberReader* (pp. 144–154). Boston: Allyn & Bacon.
- Heise, L., & García-Moreno, C. (2003). La violencia en la pareja. *Informe mundial sobre violencia y salud*, 97-131.
- Hess, A. (2014, January 6). Why Women Aren't Welcome on the Internet. *Pacific Standard*, Recuperado de <http://www.psmag.com/navigation/health-and-behavior/women-arent-welcome-internet-72170/>
- Hlavka, H. R. (2014). Normalizing Sexual Violence Young Women Account for Harassment and Abuse, *Gender & Society*, 28: 337–58.
<http://dx.doi.org/10.1177/0891243214526468>
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. London: Sage Publications.
- I Gras, J. M. (2015). Desenredando las identidades soberanistas vasca y catalana: Un análisis de redes sociales de las etiquetas de Twitter #Basquedecide y #Up4freedom. *Papeles de CEIC*, 2015(2), 1-37.
<http://dx.doi.org/10.1387/pceic.14161>
- Jane, E. A. (2014a). 'Back to the kitchen, cunt': speaking the unspeakable about online misogyny. *Continuum*, 28 (4), 558-570.
<http://dx.doi.org/10.1080/10304312.2014.924479>
- (2014b). 'Your a Ugly, Whorish, Slut' Understanding E-bile, *Feminist Media Studies*, 14, 531–546.
<http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2012.741073>

- (2015). Flaming? What Flaming? The Pitfalls and Potentials of Researching Online Hostility, *Ethics of Information Technology*, 17, 65–87.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10676-015-9362-0>
- (2016a). Misogyny Online: A Short (and Brutish) History. London: Sage publications.
- (2016b) Online misogyny and feminist vigilantism, *Continuum*, 30, 284-297. <http://dx.doi.org/10.1080/10304312.2016.1166560>
- Johnston-Goodstar, K., Richards-Schuster, K., & Sethi, J. K. (2014). Exploring critical youth media practice: Connections and contributions for social work. *Social work*, swu041. <http://dx.doi.org/10.1093/sw/swu041>
- Karinthy, F. (1929). Chain-links. *Everything is different*. Recuperado de https://djjr-courses.wdfiles.com/local--files/soc180:karinthy-chain-links/Karinthy-Chain-Links_1929.pdf
- Katz, E. & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Communication*. Illinois: Free press.
- Kozinets, R.V. (1997). On netnography: Initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. In J.W. Alba & J.W. Hutchinson, *NA-Advances in consumer research*, vol. 25, (pp. 366-371). UT: Association for Consumer Research.
- Recuperado de <http://acrwebsite.org/volumes/8180/volumes/v25/NA-25>
- Kock, J.D. (2001). *Lingüística con corpus. Catorce aplicaciones sobre el español*, Salamanca: Universidad de Salamanca
- Kumar, S., Morstatter, F., & Liu, H. (2014). *Twitter data analytics*. New York: Springer.

- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? In *Proceedings of the 19th international conference on World wide web* (pp. 591-600). <http://dx.doi.org/10.1145/1772690.1772751>
- Lagarde, M. (1996). El género: la perspectiva de género. En M. Lagarde, *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia* (pp.13-38). Madrid: Horas y Horas. Recuperado de <http://www.iberopuebla.edumx/tmp/cviolencia/genero/consulta/lagarde.pdf>
- Lamas, M. (1996). *Problemas sociales causados por el género*. México: Grupo Editorial Miguel Angel Porrúa.
- Lameiras, M. (2004). El sexismo y sus dos caras: De la hostilidad a la ambivalencia. *Anuario de Sexología*, 8, 91-102. Recuperado de <https://sexologiaenredessociales.files.wordpress.com/2013/08/a8-4-lameiras.pdf>
- Landis, J., & Koch, G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics* 1977; 33: 159-74.
- Lavid, J. (2005). *Lenguaje y nuevas tecnologías. Nuevas perspectivas, métodos y herramientas para el lingüista del siglo XXI*. Madrid: Cátedra.
- Lee, M. (2007). *Inventing Fear of Crime: Criminology and the Politics of Anxiety*. Portland, OR: Willan. <http://dx.doi.org/10.1177/1057567708325635>
- Leech, G. (1992). Corpora theories of linguistic performance. In J. Svartvik (Ed). *Directions in Corpus Linguistics* (pp. 105-122). Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- Lerner, G. (1990). *La creación del patriarcado*. Barcelona: Crítica.

- Lewis, R., & Marine, S. (2015). Weaving a Tapestry, Compassionately: Towards an Understanding of Young Women's Feminisms. *Feminist Formations*, 27, 118–40. Recuperado de <https://muse.jhu.edu/article/582254>
- Lewis, R., Sharp, E., Remnant, J., & Redpath, R. (2015). 'Safe Spaces': Experiences of Feminist Women-Only Space, *Sociological Research Online*, 20, 9.
<http://dx.doi.org/10.5153/sro.3781>
- Lewis, R., Rowe, M., & Wiper, C. (2016). Online Abuse of Feminists as An Emerging form of Violence Against Women and Girls. *British Journal of Criminology*, azw073. <https://dx.doi.org/10.1093/bjc/azw073>
- Lomas, C. (1999). *¿Iguales o diferentes? Género, diferencia sexual, lenguaje y educación*. Barcelona: Piadas Educador.
- (2002). El aprendizaje de las identidades femeninas y masculinas en la cultura de masas. En A. González y C. Lomas (Coord), *Mujer y Educación. Educar para la igualdad, educar desde la diferencia* (pp. 95-112). Barcelona: Gráo.
- (2005). ¿El otoño del patriarcado? El aprendizaje de la masculinidad y de la feminidad en la cultura de masas y la igualdad entre hombres y mujeres. *Cuadernos de Trabajo Social*, 18, 259-278.
- López, G. (2005). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- Llorca, G. (2005). Comunicación interpersonal y comunicación de masas en internet. emisor y receptor en el entorno virtual. En G. López, el ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet. (pp.21-29). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

- Lyness, K.S., & Thompson, D.E. (2000). Climbing the corporate ladder: Do female and male executives follow the same route? *Journal of Applied Psychology*, 85, 86-101. <http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.85.1.86>
- Manso, A. G., & Da Silva, A. (2016). Micromachismos o Microtecnologías de poder: La subyugación e infravaloración, que mantienen el significado político y social del “Ser Mujer” como la desigual. *Conpedi Law Review 1* (3), 105-123. Recuperado de <http://www.portaltutor.com/index.php/conpedireview/article/view/67/63>
- Mantilla, K. (2015). *Gendertrolling: How Misogyny Went Viral*. Santa Bárbara: Abc-clio.
- Marcos, F. (1994). *Informática y Humanidades*. Madrid: Gredos.
- Markham, A. (2005). The methods, politics, and etics of representation in online ethnography. In: N. K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds). *Handbook of qualitative research*. London: Sage publications.
- Martí, D., Doval, M., & Román, M. (2011). Ajuste tecnológico y social del análisis del discurso digital. *Investigar la Comunicación en España: Proyectos, Metodologías y Difusión de resultados*, 117-132.
- Martín, L. & De la Calle, C. (2003). Evolución de la gestión de conocimiento hacia la creación de valor. Estudio de un caso, *Vigilancia Tecnológica*, nº 17, jun-jul. Disponible en <http://www.madrimasd.org/revista/revista17/aula/aula2.asp>
- Martínez, P. C. (2006). El método de estudio de caso. *Pensamiento y gestión*, nº 20, julio, 2006, pp. 165-193. Disponible en http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/39166246/EL_METODO_DE_ESTUDIO_DE_CASO.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1489482144&Signature=%2Fco22%2Fg%2FZ31QJ%2BU4b

2aCmlHlhNE%3D&response-

contentdisposi-

tion=inline%3B%20filename%3DRedalyc.El_metodo_de_estudio_de_caso_est.pdf

Martínez-Salgado, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciênc. saúde coletiva*, 17 (3), 613-619. Recuperado de <http://www.scielo.org/pdf/csc/v17n3/v17n3a06>

Marwick, A. E. (2013). *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. New York: Yale University Press.

Maté Jiménez, C. (2014). Big data. Un nuevo paradigma de análisis de datos. *anales de mecánica y electricidad / noviembre-diciembre 2014*. Repositorio Comillas. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4873/IIT-14-153A.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mayayo, P. (2003). *Historias de mujeres, historias del arte*. Madrid: Cátedra

Mayring, P. (2010). Qualitative inhalts analyse. En G. May & K. Mruck, *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie* (pp. 601-613). VS: Verlag für Sozialwissenschaften.

Maxwell, J. A. (1998). Designing a Qualitative Study. En L. Bickman y D. J. Rog (eds.). *Handbook of Applied Social Research Method* (pp. 69-100). London: Sage Publications.

McGlashan, M., & Hardaker, C. (2015). *Twitter rape threats and the discourse of online misogyny (DOOM): using corpus-assisted community analysis (COCOA) to detect abusive online discourse communities*. Paper presented at Corpus Linguistics 2015 Abstract Book. (Pp. 234-5).

- Mc Combs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187. <http://dx.doi.org/10.1086/267990>
- McNally, G. (2015, July 30). 'All Feminists Should be Gang-Raped': Inside the Distrubing World of Online Misogyny. *The Daily Telegraph*. Recuperado de <http://www.dailyleague.com.au/news/nsw/why-do-men-threaten-women-with-rape-to-shut-them-up-on-the-web/newsstory/0abd8403e59747a51717f54b81a21b46>
- McNutt, J. G. (2006). Building evidence-based advocacy in cyberspace: A social work imperative for the new millennium. *Journal of Evidence-based social work*, 3(3-4), 91-102. http://dx.doi.org/10.1300/J394v03n03_07
- Megarry, J. (2014). Online incivility or sexual harassment? Conceptualising women's experiences in the digital age. *Women's Studies International Forum (Vol. 47)*, 46-55. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0277539514001332>
- Méndez, L.B. (1996). Micromachismos: la violencia invisible en la pareja. En *Jornadas de género en la sociedad actual* (pp.25-45) Valencia: Generalitt Valenciana.
- Menéndez, M. A. (2012). El reto de la igualdad ante la opinión públicao cómo la prensa construye el neomachismo. En *Actas IV Congreso Inter-nacional Latina de Comunicación Social: Comunicación, control y resistencias*. Sociedad Latina de Comunicación Social. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/159_Menendez.pdf.
- Mitchell, J.C. (1969). The concept and use of social network, In J.C. Mitchell, *Social network in urban situations* (pp.1-50) Manchester: Manchester University Press.

- Millett, K. (1969). *Política sexual* (1995). Madrid: Ediciones Cátedra.
- Minuchin, S. (1974). *Families and family therapy*. Harvard: University Press.
- Molina, J. L., Quiroga, A., Martí, J., Maya, I., & De Federico, A. (2006). Talleres de autoformación con programas informáticos de análisis de redes sociales. *Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions, Bellaterra*. Recuperado de <http://revista-redes.rediris.es/webredes>.
- Money, J., & Ehrhardt, A. A. (1982). *Desarrollo de la sexualidad humana: diferenciación y dimorfismo de la identidad de género desde de la concepción hasta la madurez*. Madrid: Ediciones Morata.
- Morduchowicz, R., Marcon, A., Sylvestre, V., & Ballestrini F. (2010). *Los adolescentes y las redes sociales*. Buenos Aires: Escuela y medios. Recuperado de: <http://www.me.gov.ar/escuelaymedios/material/redes.pdf>
- Moreno, M. A. A., & Montoya, L. H. B. (2015). Nuevas interacciones sociales: Formas de entender el flujo de la comunicación en las organizaciones y la cotidianidad. *Observatorio (OBS*)*, 9(1), 131-148. Recuperado de <http://www.scielo.mec.pt/pdf/obs/v9n1/v9n1a08.pdf>
- Morozov, E. (2009). Iran: Downside to the "Twitter Revolution". *Dissent*, 56(4), 10-14. <http://dx.doi.org/10.1353/dss.0.0092>
- Moya, M. (2003). Sobre la existencia y el origen de las diferencias en el liderazgo entre hombres y mujeres. *Revista de Psicología Social*, 18(3), 321-325. <http://dx.doi.org/10.1174/021347403322470891>
- Moya, M., y Lemus, S.D. (2007). Puño de Hierro en guante de terciopelo. Diferencias de poder, sexismo y violencia de género. En S. Yubero, E.Larrañaga y A.Blanco (Coords). *Convivir con la violencia* (pp. 99-116). Cuenca: Universidad de Castilla La Mancha.

- Muñoz, F.O. (2012). Clara Campoamor y el voto femenino en España. *Arte, arqueología e historia*. (19), 363-380.
- Murthy, D. (2008). Digital ethnography an examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 42(5), 837-855.
<http://dx.doi.org/10.1177/0038038508094565>
- Nabel, L. C. T. (2015). ¿Quién programa las redes sociales en internet? El caso de Twitter en el movimiento# YoSoy132 en México. *Revista internacional de sociología*, 73(2), 3. <http://dx.doi.org/10.3989/2013.05.29>
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. Nueva York: Knopf.
- Offen, K. (2015). *Feminismos europeos, 1700-1950. Una historia política*. Madrid: Akal.
- Organización de Naciones Unidas. (1994). Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer. Resolución de la Asamblea General 48/104 del 20 de diciembre de 1993. En *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer. Resolución de la Asamblea General 48/104 de 20 de diciembre de 1993*. Recuperado de www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/ViolenceAgainstWomen.aspx
- O'Reilly, T., & Milstein, S. (2011). *The twitter book*. Massachusetts: O'Reilly Media.
- Orihuela, J.L. (2011). *Mundo Twitter*. Barcelona: Alienta.
- Orme, J. (2002). Social Work: Gender, Care and Justice. *British Journal of Social Work*, 32, 799-814. <https://doi.org/10.1093/bjsw/32.6.799>
- Ortí, A. (1998). La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo. In: M. García Ferrando, J. Ibáñez & F. Alvira (comp.). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (pp. 198-203). Madrid: Alianza.

- O'Sullivan, P. B., & Flanagan, A. J. (2003). Reconceptualizing 'flaming' and other problematic messages. *New Media and Society*, 5(1), 69–94.
<http://dx.doi.org/10.1177/1461444803005001908>.
- Palmer, J. (2012). The Role of Gender on Social Network Websites. *Stylus Knights write showcase special issue*. 34-46. Recuperado de
http://writingandrhetoric.cah.ucf.edu/stylus/files/kws2/KWS2_Palmer.pdf
- Pavlou, M., & Knowles, A. (2001). Domestic violence: Attributions, recommended punishments and reporting behavior related to provocation by the victim. *Psychiatry, Psychology and Law*, 8, 76-85.
<http://dx.doi.org/10.1080/13218710109525006>
- Pain, R. (2015). Intimate War. *Political Geography*, 44: 64–73.
- Pano, A., & Mancera, A. (2014). La “conversación” en Twitter. *Estudios de lingüística del español*, 35, 234-268. En Pano Alamán, A., & Mancera Rueda, A. (2014). La “conversación” en Twitter. *Estudios de lingüística del español*, 35, 234-268.
- Penny, L. (2014). *Unspeakable Things: Sex, Lies and Revolution*. London: Bloomsbury.
- Peña-López, I., Congosto, M., & Aragón, P. (2014). Spanish Indignados and the evolution of the 15M movement on Twitter: towards networked para-institutions. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 15(1-2), 189-216.
<http://dx.doi.org/10.1080/14636204.2014.931678>
- Peña, B. (2011). La socialización a través de las redes. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, (7), 5. Recuperado de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4125886>

- Pérez, V. A. F., Fiol, E. B., Guzmán, C. N., & Palmer, M. C. R. (2008). Los micromachismos o microviolencias en la relación de pareja: Una aproximación empírica. *Anales de psicología*, 24(2), 341.
- Pérez, G., & Aguilar, A. (2012). Reflexiones conceptuales en torno a las redes sociales en las redes sociales: un recorrido de la teoría a las prácticas comunicativas en Facebook, Twitter y Google. *Razón y palabra*, 79, 18-38.
- Puleo, A. (1995). *10 palabras clave sobre Mujer*. Pamplona: Editorial Verbo Divino.
- (2005). El patriarcado: ¿una organización social superada? *Temas para el debate*. n°133, 39-42.
- Purohit, H., Banerjee, T., Hampton, A., Shalin, V. L., Bhandutia, N., & Sheth, A. P. (2015). Gender-based violence in 140 characters or fewer: A# BigData case study of Twitter. *arXiv*, 1-29. Recuperado de <http://corescholar.libraries.wright.edu/knoesis/1064>
- Quart, A. (2012, October 30). *The Age of Hipster Sexism*. Recuperado de <http://nymag.com/thecut/2012/10/age-of-hipster-sexism.html>
- Rafferty, J., & Waldman, J. (2006). Fit for virtual social work practice? *Journal of Technology in Human Services*, 24(2-3), 1-22.
- http://dx.doi.org/10.1300/J017v24n02_01
- Raiter, A., & Menéndez, S. (1986). El desplazamiento de un signo ideológico (análisis lingüístico del discurso político). *Filología*, 21(2), 31-53.
- Raya, E., & Santolaya, M.P. (2009). La Sociedad de la Información y sus aportaciones para el Trabajo Social. *Portularia* Vol IX, N°1, 83-92. Recuperado de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/4196/b1554199x.pdf?sequence=2>

- Redford, L., Howell, J. L., Meijs, M. H., & Ratliff, K. A. (2016). Implicit and explicit evaluations of feminist prototypes predict feminist identity and behavior. *Group Processes & Intergroup Relations*, 1-16.
<http://dx.doi.org/0.1177/1368430216630193>
- Redondas, J. (2003). *Netnografía e identidades. Analista de DiceLaRed*, publicado el 24 de septiembre [en línea]. <http://netnografia.blogspot.com/>
- Richmond, M. E. (1995). *El caso social individual: El diagnóstico social* (textos seleccionados). Madrid: Talasa.
- Rigollet, C. (1997). *Las mujeres en el mundo*. Madrid: Edelvives.
- Robles Garrote, P. y Rojas, M. D. C. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada* (2015) 18. Recuperado de http://nebrija.com/revistalinguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c37.pdf
- Rodríguez, Y., Lameiras, M., Carrera, M.V., & Fraile, J.M. (2009). Aproximación conceptual al sexismo ambivalente: Estado de la Cuestión. *SUMMA Psicológica UST*, 6 (2), 131-142. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3113480>
- Rowe, I. (2014). Civility 2.0: A comparative analysis of incivility in online political discussion. *Information, Communication and Society*, 18, 121–138.
<http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2014.940365>
- Roy, R. E., Weibust, K. S., & Miller, C. T. (2007). Effects of stereotypes about feminists on feminist self-identification. *Psychology of Women Quarterly*, 31(2), 146-156. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1471-6402.2007.00348.x>

- Ruiz-Jarabo, C., & Blanco, P. (2005). *La violencia contra las mujeres: prevención y detección*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Sádaba, I. (2012). Introducción a la investigación social online. En M. Arroyo e I. Sádaba. *Metodología de la investigación social: técnicas innovadoras y sus aplicaciones* (pp. 197-216). Madrid: Síntesis.
- Sakall, N. (2001). Beliefs about wife beating among Turkish college students: The effects of patriarchy, sexism, and sex differences. *Sex roles*, 44(9), 599-610.
- Salomon, A., & Lees, A. (2004). *Character is destiny: the autobiography of Alice Salomon*. Michigan: University of Michigan Press.
- Sandelowski, M. (2000). Focus on research methods-whatever happened to qualitative description? *Research in nursing and health*, 23(4), 334-340.
[http://dx.doi.org/10.1002/1098-240X\(200008\)23:4<334::AID-NUR9>3.0.CO;2-G](http://dx.doi.org/10.1002/1098-240X(200008)23:4<334::AID-NUR9>3.0.CO;2-G)
- Sandoval, G. (2013, September 12). The End of Kindness: Weev and the Cult of the Angry Young Man. *Verge*. Recuperado de <http://www.theverge.com/2013/9/12/4693710/the-end-of-kindness-weev-and-the-cult-of-the-angry-young-man>.
- Sanmartín, J., Molina, A., & García, Y. (2003). *Informe internacional 2003: violencia contra la mujer en las relaciones de pareja: estadísticas y legislación*. Centro Reina Sofía para el estudio de la violencia. Recuperado de <http://www.luisvivescas.org/upload/88/18/informe.pdf>
- Sarno, D. (2009, February 19) *Twitter creator Jack Dorsey illuminates the site's founding document*. Part I. Los Angeles Times. Recuperado de <http://www.latimesblogs.latimes.com/technology/2009/02/twitter-creator.html>.

- Sau, V. (2000). *Reflexiones feministas para principios de un siglo*. Madrid: Horas y horas.
- Schechter, S. (1982). *Women and male violence: The visions and struggles of the battered women's movement*. South End Press: New York
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. London: Sage Publications.
- Shaw, A. (2014). The Internet is full of jerks, because the world is full of jerks: What feminist theory teaches us about the Internet. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 11, 273–277.
<http://dx.doi.org/10.1080/14791420.2014.926245>
- Shifman, L. & Lemish, D. (2010). Between Feminism and Fun(ny)mism: Analyzing Gender in Popular Internet Humor, *Information, Communication & society*, Vol. 13, Issue 6, 870-891.
- Solé, G. (1995). *Historia del feminismo*. Pamplona: Eunsa.
- Sneiderman, S. (2011). Consideraciones acerca de la confiabilidad y validez en las técnicas proyectivas. *Subjetividad y procesos cognitivos*, 15(2), 93-110. Recuperado de
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185273102011000200005&script=sci_arttext&tlng=pt
- Southworth, C., Finn, J., Dawson, S., Fraser, C., & Tucker, S. (2007). Intimate partner violence, technology, and stalking. *Violence against women*, 13(8), 842-856.
<http://dx.doi.org/10.1177/1077801207302045>
- Stake, R. E. (1994). Case Studies, en N.K. Denzin, N. K. & Y.S. Lincoln, (eds.) *Handbook of Qualitative Research* (pp. 236-247) London: Sage Publications.

- Stoeffel, Kat. (2014, August 17). "Women Pay the Price for the Internet's Culture of Anonymity." *NYMag.com*. Recuperado de <http://nymag.com/thecut/2014/08/women-pay-the-price-for-online-anonymity.html#>.
- Stoller, R. J. (1968). *Sex and Gender, vol. 1*. New York: Science House.
- Stout, K. D., & McPhail, B. (1998). *Confronting sexism and violence against women: a challenge for Social Work*. Houston: Longmont.
- Subirats, M. (2001). Los géneros y la imagen del futuro personal. En A. Tomé y X. Rambla (eds). *Contra el sexismo. Coeducación y democracia en la escuela* (pp. 57-82). Madrid: UAB. Síntesis.
- Suler, J. (2014). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology and Behavior*, 7, 321–326. Recuperado de <http://online.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/1094931041291295>
- Swim, J. K., Aikin, K.J., Hall, W.S., & Hunter, B.A. (1995). Sexism and racism: Old-fashioned and modern prejudices. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 199-214. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.68.2.199>
- Swim, J. K., & Hyers, L. L. (2009). *Sexism. Handbook of prejudice, stereotyping and discrimination*. London: Psychology Press
- Swirsky, J. M., & Angelone, D. J. (2014). Femi-nazis and bra burning crazies: A qualitative evaluation of contemporary beliefs about feminism. *Current Psychology*, 33(3), 229-245. <http://dx.doi.org/10.1007/s12144-014-9208-7>
- Thrift, S. C. (2014). # YesAllWomen as Feminist Meme Event. *Feminist Media Studies*, 14(6), 1090-1092. <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2014.975421>

- Tosh, J. (2015). *Psychology and Gender Dysphoria: Feminist and Transgender Perspectives*. London: Routledge.
- Udris, R. (2014). Cyberbullying among high school students in Japan: Development and validation of the Online Disinhibition Scale. *Computers in Human Behavior*, 41, 253–261. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.036>
- Valero, J. F. (2006). La influencia de la dimensión de género en el Trabajo Social. *Cuadernos de Trabajo Social*, 19, 133-154. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2575003>
- Valle del, T. (2002). *Modelos emergentes en los sistemas y las relaciones de género*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Van Den Bergh, N., & Cooper, L.B. (1986). *Feminist visions for social work*. Silver Spring, MD: National Association of Social Workers.
- Varela, N. (2005). *Feminismo para principiantes*. Madrid: Ediciones B.
- Vázquez Atochero, A. (2008). *Ciberantropología. Cultura 2.0*. España: Editorial. UOC.
- Vázquez, S., & Castaño, C. (2011). La brecha digital de género: prácticas de e-inclusión y razones de exclusión de las mujeres. *Asparkia: investigació feminista*, (22), 33-50. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3824402>
- Vela, C., & Cantamutto, L. (2016). De participante a observador: el método etnográfico en el análisis de las interacciones digitales de whatsapp. *Tonos digital*, 31(0). Recuperado de <http://search.proquest.com/openview/291162e83177cde0047a14aaf933a4e0/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2035772>

- Ventura, A. S. (2016). Argumentación y discurso político en twitter. Análisis de la campaña presidencial argentina 2011. *Aposta: Revista de ciencias sociales*, (69), 39-66. <http://doi.org/10.7195/ri14.v11i1.548>.
- Verd, J. M., & Lozares, C. (2000) La teoria de xarxes socials aplicada a la interpretació d'entrevistes narratives. Una proposta, *Revista Catalana de Sociologia*, 11 (191-6)
- Vigara, Á. (2013). "Yo te cuento, cuenta conmigo": De un proyecto a una realidad. *Setenta y más*, (324), 38-41.
- Vigo, M. E. A., & Murga, G. V. (2008). *Hacia una intervención con perspectiva de género*. II Jornada de Trabajo Social. Vitoria: Género.
- Vu, H. T., Guo, L., & McCombs, M. E. (2014). Exploring "the world outside and the pictures in our heads" A network agenda-setting study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(4), 669-686.
<http://dx.doi.org/10.1177/1077699014550090>
- Watts, D. J., & Dodds, P. S. (2007). Influentials, networks, and public opinion formation. *Journal of consumer research*, 34(4), 441-458.
<http://dx.doi.org/10.1086/518527>
- Williams, M. (2006). *Virtually Criminal: Crime, Deviance and Regulation Online*. London: Routledge.
- Wollstonecraft, M. (1792). *Vindicación de los Derechos de la Mujer*. Madrid: Ediciones Akal.
- Worth, A., Augoustinos, M., & Hastie, B., (2016). 'Playing the gender card': Media representations of Julia Gillard's sexism and misogyny speech. *Feminism & Psychology*, 26(1), 52-72. <http://dx.doi.org/10.1177/0959353515605544>

- Xun, J., & Reynolds, J. (2010). Applying netnography to market research: The case of the online forum. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* (18) 1, 17-31.
- Yeung, A. W., Kay, A. C., & Peach, J. M. (2014). Anti-feminist backlash: The role of system justification in the rejection of feminism. *Group Processes & Inter-group Relations*. <http://dx.doi.org/10.1177/1368430213514121>

